

UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL



EL DISCURSO DE LA SEDUCCIÓN: estudio de caso de la Tribu Alfa de la ciudad de Quito y las Artes Venusianas.

**TRABAJO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO
EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

CARLOS AUGUSTO PROAÑO PROAÑO

DIRECTOR: M. SC. WILLIAN MARCEL MERIZALDE GUERRA

**Quito – Ecuador
2013**

DEDICATORIA

A las mujeres más importantes de mi vida.

Zoila, Doris, Karla Sofía y Verónica.

Madre, compañera, hija y hermana.

Sus vidas son ejemplo de lucha y tenerlas a mi lado
representa el mayor premio a mis esfuerzos.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios, que en la figura de una mujer, la Virgen de Guadalupe, fue el impulso espiritual para hallar sabiduría y entendimiento.

A quienes conforman mi pequeña y gran familia. A las que están y a los que se fueron. Su amor, confianza y apoyo pudo más que las tribulaciones.

A la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Central del Ecuador. En sus aulas encontré conocimiento, reflexión y formación personal, pero además, valiosos seres humanos, mis maestros, a quienes también llamo amigos.

Al director de este trabajo de grado, Marcel Merizalde, por enrumbar con paciencia adecuadamente mis esfuerzos.

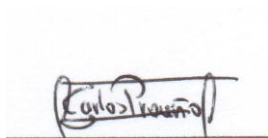
A quienes se animan a tener este trabajo entre sus manos. Por leerlo y permitirme provocar sus críticas.

AUTORIZACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL

Yo, Carlos Augusto Proaño Proaño en calidad de autor del trabajo de investigación o tesis realizada sobre “El discurso de la seducción: Estudio del caso de la Tribu Alfa de la ciudad de Quito y las Artes Venusianas”, por la presente autorizo a la UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR, hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen o de parte de los que contiene esta obra, con fines estrictamente académicos o de investigación.

Los derechos que como autor me corresponden, con excepción de la presente autorización, seguirán vigentes a mi favor, de conformidad con lo establecido en los artículos 5, 6, 8; 19 y demás pertinentes de la Ley de Propiedad Intelectual y su reglamento.

Quito, a 4 de junio de 2013

A handwritten signature in dark ink, appearing to read 'Carlos Proaño', is written over a horizontal line.

C.C. 1716208291

reacciontotal@gmail.com

CERTIFICADO

En mi condición de Director (Tutor), certifico que el señor Carlos Augusto Proaño Proaño, ha desarrollado la tesis de grado titulada “El discurso de la seducción: Estudio del caso de la Tribu Alfa de la ciudad de Quito y las Artes Venusianas”, observando las disposiciones institucionales que regulan esta actividad académica, por lo que autorizo para que el mencionado señor reproduzca el documento definitivo, presente a las autoridades de la Carrera de Comunicación Social y proceda a la exposición de su contenido bajo mi dirección.

A handwritten signature in dark ink, appearing to read 'Merizalde', is written over a horizontal line.

M. Sc. Marcel Merizalde

Director

ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTOS	iii
AUTORIZACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL	iv
HOJA DE APROBACIÓN DEL TUTOR O DIRECTOR DE TESIS	v
INDICE DE CONTENIDO	vi
INDICE DE ANEXOS	ix
INDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE GRÁFICOS	x
RESUMEN	xi
ABSTRACT	xii
INTRODUCCIÓN	1
JUSTIFICACIÓN	3
CAPITULO I	
LA COMUNICACIÓN	4
1.1 La Teoría Lineal de la Comunicación y la Escuela de Palo Alto	6
1.2 Los Axiomas de la Comunicación	11
1.2.1 La imposibilidad de no comunicar	11
1.2.2 Los niveles de contenido y las relaciones de la comunicación	12
1.2.3 La puntuación de la secuencia de hechos	13
1.2.4 Comunicación digital y analógica	14
1.2.5 Interacción simétrica y complementaria	15

EL DISCURSO	
1.3 La relación producción, ocio y discurso	16
1.4 La exclusividad del discurso	19
1.5 El discurso y la retórica	22
1.6 Análisis del discurso	23
1.6.1 Análisis Crítico del Discurso	24
1.6.1.1 El control del texto y del contexto	24
1.6.1.2 El control de la mente	25
LA SEDUCCION	27
1.7 La ausencia, el amor y el seductor	30
 CAPÍTULO II	
LA TRIBU ALFA	33
2.1 La Tribu Alfa en Quito	33
2.1.1 Masculinidad y Feminidad	38
LAS ARTES VENUSIANAS	40
2.2 Erik Von Markovik y las Artes Venusianas	40
2.2.1 Consideraciones acerca de las mujeres	42
2.2.1.1 Las emociones	42
2.2.1.2 La importancia del valor social para la mujer	43
2.2.1.3 Resistencia simbólica e intuición femenina	44
2.2.1.4 La importancia del ego en las mujeres	45
2.3 Los tres pasos de las Artes Venusianas	46
2.3.1 La Atracción	47
2.3.2 El Confort	50
2.3.3 La Seducción como el acercamiento sexual	52

CAPITULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACION	55
3.1 Estudio cualitativo	55
3.1.1 Muestra poblacional	55
3.1.2 Técnica e instrumento	56
3.1.3 Procedimiento para la recolección de información	56
3.2 Estudio cuantitativo	57
3.2.1 Muestra poblacional	57
3.2.2 Técnica e instrumento	58
3.2.3 Procedimiento para la recolección de datos	59
3.3 Resultados del estudio cualitativo	60
3.4 Análisis de resultados del estudio cuantitativo	72

CAPITULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	91
4.1 Conclusiones	91
4.2 Recomendaciones	95
 BIBLIOGRAFIA	 97

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo A: Formato de entrevista	101
Anexo B: Formato de encuesta	102
Anexo C: Enlaces de internet	104
Taller de seducción femenina de Erik Von Markovik	104
Taller de seducción femenina de Mario Luna	104
Entrevista en audio al líder de la Tribu Alfa, Santiago Jarrín	104
Anexo D: Ejemplo de rutinas para atraer mujeres	105

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Conocimiento sobre la existencia de la Tribu Alfa	72
Tabla 2 : Conocimiento sobre la existencia de las Artes Venusianas	74
Tabla 3 : Posibilidad de que un hombre aprenda a seducir con un manual	76
Tabla 4: Características masculinas que atraen a una mujer	78
Tabla 5 : Aspecto femenino que debería ser más valorado por los hombres	80
Tabla 6 : Estimulación de emociones femeninas y posibilidades de relación de pareja	82
Tabla 7: Quién debe atraer a quién	83
Tabla 8: El hombre, la atracción y las interacciones comunicativas	84

Tabla 9: Importancia de que un hombre aprenda a ser seductor	86
Tabla 10: El hombre y sus conocimientos para seducir mujeres	87
Tabla 11: Intención de las mujeres de querer conocer a un seductor	89

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Conocimiento sobre la existencia de la Tribu Alfa	72
Gráfico 2: Conocimiento sobre la existencia de las Artes Venusianas	74
Gráfico 3: Posibilidad de que un hombre aprenda a seducir con un manual	76
Gráfico 4: Características masculinas que atraen a una mujer	78
Gráfico 5: Aspecto femenino que debería ser más valorado por los hombres	81
Gráfico 6: Estimulación de emociones femeninas y posibilidades de relación de pareja	82
Gráfico 7: Quién debe atraer a quién	83
Gráfico 8: El hombre, la atracción y las interacciones comunicativas	85
Gráfico 9: Importancia de que un hombre aprenda a ser seductor	86
Gráfico 10: El hombre y sus conocimientos para seducir mujeres	88
Gráfico 11: Intención de las mujeres de querer conocer a un seductor	89

El discurso de la seducción: estudio de caso de la Tribu Alfa de la ciudad de Quito y las Artes Venusianas.

The courtship conversation: case study of Alpha Tribe and the Venusian Arts.

RESUMEN

Este trabajo analiza la vigencia del discurso en la sociedad. Para ello se investiga cómo opera el discurso de la seducción a través de las Artes Venusianas, que son el método utilizado por la Tribu Alfa de la ciudad de Quito, a manera de manual, para seducir mujeres. Este estudio contiene un soporte teórico sobre aspectos como la comunicación desde la perspectiva de las escuelas de Chicago y Palo Alto, el discurso, su elaboración, exclusividad y análisis crítico. La seducción y el seductor.

Se explica qué es la Tribu Alfa, las Artes Venusianas, consideraciones sobre el comportamiento femenino y los tres pasos para seducir mujeres. Además, el estudio incluye resultados obtenidos mediante técnicas investigativas, como la encuesta a mujeres, y la entrevista a conocedores de la seducción femenina. La metodología utilizada es de tipo cuali - cuantitativa. Entre algunas conclusiones, se establece que el discurso aun es considerado como exclusivo por ciertos grupos que buscan controlar directa o indirectamente la forma de pensar o actuar del resto de personas.

PALABRAS CLAVE: INTERACCION COMUNICATIVA / DISCURSO / SEDUCCIÓN / EMOCIONES / ATRACCION / CONFORT

ABSTRACT

This paper makes an analysis of the validity of conversations in our society. A research on how the courtship discourse works through the Venusian Arts has been carried out since Venusian Arts are the method used by Alpha Tribe in the city of Quito for seducing women; it is sort of a handbook. The current study is based on theoretical principles such as rapport from the perspective of Chicago and Palo Alto Communication Schools; speech, its elaboration, exclusivity and critical analysis. Seduction and seducer.

It explains what Alpha Tribe and Venusian Arts are and makes an analysis of female behavior and a three-step approach for seducing women. In addition, the study includes the results obtained through investigation tools such as a women's survey and interviews to experts on female courtship. It used qualitative and quantitative methodologies. One of the conclusions is that conversation is still considered as the exclusive method of seduction by some groups that want to directly or indirectly manipulate the thinking or behavior of people.

KEYWORDS: COMMUNICATION AND INTERACTION/ CONVERSATION / SEDUCTION / EMOTIONS / ATTRACTION / COMFORT

INTRODUCCION

¿Es posible que exista un manual para aprender a seducir mujeres y mejorar la interacción comunicativa con ellas? Esta es una de las preguntas a las que el presente trabajo buscó respuesta, cuando se propuso indagar cómo opera el discurso de la seducción femenina expuesto a través de las Artes Venusianas utilizadas por la Tribu Alfa de la ciudad de Quito.

Sin embargo, las Artes Venusianas no representan sino el pretexto para empezar una investigación acerca de la vigencia que posee el discurso de la seducción dentro de la sociedad. Este recurso comunicativo, es el resultado de una labor intelectual permanentemente utilizado por los grupos de poder como mecanismo para convencer a la gente y garantizar el dominio. El discurso, como objeto de apropiación de quienes se consideran como los únicos capaces de utilizarlo, se convierte así, en una herramienta exclusiva a la que no todos tienen acceso porque se establecen reglas que condicionan su uso.

Controlar la forma de pensar de las personas o inducir las a hacer algo, parece una acción poco factible si se toma en cuenta que existen diferentes factores que imposibilitarían aquello, como la formación cultural, educativa, entre otros, pero, a pesar de esto, lo cierto es que las creencias son condicionadas por los discursos, los cuales, a su vez, interpretan la realidad. De esta manera, aunque la seducción quede en el plano de la posibilidad o imposibilidad, porque seducir o ser seducido es algo subjetivo, lo cierto es que el discurso pretende que esta acción exista, pero además, a esto se le agrega que siempre habrá una afectación en los sujetos involucrados en la interacción comunicativa.

Para reflexionar teóricamente acerca de la manera en que un discurso llega a su público objetivo, se toma como elemento de análisis las Artes Venusianas, que son un discurso de seducción femenina, a manera de manual, utilizado por las comunidades de seducción internacionales y, aquí en el Ecuador, específicamente por la Tribu Alfa de la ciudad de Quito. Se examinó por qué dicho sistema supuestamente funciona con las mujeres y qué tesis explican su vigencia. Esta investigación está organizada en cuatro capítulos.

En el primero se aborda el tema de la comunicación, donde se contrastan las tesis de las Escuelas de Chicago y Palo Alto, con el fin de entender cómo se configura la interacción comunicativa y, por consiguiente, la forma en que el discurso de la seducción es aplicado por los sujetos involucrados. Asimismo, se revisan los conceptos de Michel Foucault, Teun Van Dijk, Daniel Prieto y Helena Calsamiglia, entre otros pensadores, acerca de lo que es el discurso, cómo se produce, cuál es su función social desde la perspectiva de los grupos de poder. Además, hay un enfoque al análisis crítico del discurso y cómo este se dirige al control del texto, del contexto y de la mente. En este capítulo también se examina la seducción desde el punto de vista de Jean Baudrillard, del cual se toman categorías como la ausencia, el amor y la presencia del seductor.

El segundo capítulo está dedicado a revelar qué es la Tribu Alfa de la ciudad de Quito, las Artes Venusianas y dentro de estas a su creador, Erik Von Markovik, de quien se recogen varias consideraciones acerca de las mujeres como sus emociones, la prioridad que para ellas tiene el valor social, la resistencia simbólica e intuición femenina y la importancia del ego en su personalidad. Posteriormente, se explican los tres pasos de las Artes Venusianas para conquistar mujeres, atracción, confort y seducción, entendida como la relación sexual. Sin embargo, también se abre la puerta para explorar los conceptos de masculinidad y feminidad. El pensamiento de autores como Elisabeth Badinter, Román Gubern, entre otros, forma parte de esta sección.

Un tercer capítulo abarca la metodología de la investigación, que es de carácter cuali - cuantitativa. Aquí las técnicas utilizadas fueron: La entrevista, realizada a tres personajes considerados como gurús de la seducción y una encuesta, dirigida a una muestra de mujeres estadísticamente seleccionada. Se presentan análisis de los resultados, tanto del estudio cualitativo, así como del cuantitativo.

Finalmente en el cuarto capítulo constan las conclusiones y recomendaciones de este estudio, así como la bibliografía, referencias web y multimedia utilizadas en esta investigación. También se presentan anexos.

JUSTIFICACIÓN

La presente investigación surge por el interés académico personal de reconocer la vigencia que posee el discurso como instrumento de comunicación influyente en conductas y acciones. Pero además, es importante porque revela a la sociedad en general, no solamente la presencia de un grupo masculino casi secreto dedicado a ejercer la seducción femenina, sino también la existencia de un discurso creado bajo el principio que los hombres tienen esquemas mentales equivocados, impuestos por la cultura, acerca de lo que son las relaciones de pareja y, por eso, tienen que aprender a ser atractivos, convirtiéndose en “machos alfa”, lo que les posibilita tener a su lado a la mujer que deseen. Desde estas consideraciones, este estudio, también se justifica porque deja abierta la puerta para que se establezca el debate social sobre dos aspectos clave que aquí se abordan.

Primero, la discusión se abre en torno a la existencia de un grupo humano, la Tribu Alfa, cuyas prácticas serían cuestionables desde el punto de vista moral, en este caso, por seducir mujeres a través de un sistema de interacciones comunicativas que podrían ser entendidas como herramientas de manipulación. En segundo lugar, el debate que se propone es en cuanto a la influencia y poder que el discurso le asegura a quien lo difunde, característica que no solo atañe a la propaganda o a la publicidad, sino que también, como aquí se reflexiona, tiene cabida en la construcción de las relaciones sentimentales de pareja entre hombres y mujeres. A esto se añade la búsqueda de respuesta a la siguiente: ¿Si hay un discurso para seducir mujeres, es probable que exista otro para seducir hombres?

Asimismo, esta investigación es pertinente porque le quita a las Artes Venusianas, como discurso, su carácter de exclusivo para un determinado grupo, y lo coloca como material abierto de consulta, tanto de hombres como de mujeres, para que analicen las ideas que ahí se exponen, las contrasten con sus propias realidades y obtengan conclusiones que les permita reflexionar sobre la importancia de interpretar al “otro”, no solo como objetivo o generador de seducción, sino como un ente que a partir de la interacción comunicativa define su rol y crea puentes de entendimiento entre los géneros.

CAPITULO I

LA COMUNICACIÓN

Las sociedades actuales son influenciadas por una serie de avances tecnológicos que amplían la manera vertiginosa en que se producen los cambios culturales, de tal forma, que sin importar el lugar del mundo, herramientas como las redes sociales permiten que individuos físicamente lejanos puedan interactuar y generar un patrón de diálogo que supera las metas pensadas por los primeros estudiosos de la comunicación.

A juicio de Alejandro Piscitelli, *“hoy en día contamos con miles de servicios a los que accedemos a través de computadoras conectadas a módems y a líneas telefónicas”* (Piscitelli, Alejandro, 2000, pág. 93), lo que evidencia que la comunicación ya no es canalizada solamente por los medios tradicionales como la radio o la televisión, sino también por tecnologías como el internet, cuya presencia en estos momentos, equivale a la posibilidad de traspasar las fronteras tanto virtuales como reales, creando así las “Ciudades de la Información” como las denomina Roberto Igarza, *“o más precisamente Ciudades de la Era de la Información. Ciudades en las que millones de personas trabajan en la educación, las finanzas, los servicios médicos, las tecnologías de la información y la comunicación, y los servicios en general”* (Igarza, Roberto, 2009, pág. 20).

Sin embargo, aunque el desarrollo es palpable, la gente generalmente desconoce el antecedente teórico que explica cómo se produce la interacción comunicativa entre sujetos, por lo que es necesario abordar una teoría que de alguna manera exponga la manera en que ese proceso se realiza. Además, dicha tesis resulta necesaria para ubicar una pauta que encamine la presente investigación, la cual pretende identificar cómo la comunicación pasa a ser un instrumento que, en el discurso, se vuelve un factor determinante en la vida de la sociedad y se dirige a satisfacer un interés determinado.

Para fundamentar este estudio, resulta pertinente tomar en consideración los planteamientos de la denominada Escuela de Palo Alto, que ponen de manifiesto que, en definitiva, la comunicación no puede ser un proceso lineal, tal como se sostenía hasta casi mediados del siglo XX, sino que más bien se trata de una interacción entre individuos, en donde todo comunica y es imposible no comunicar. Con este sustento, también es posible conocer la manera en que grupos sociales, como en este caso la Tribu Alfa, construyen discursos “seductores”, y en qué forma estos, al ser creados durante espacios de ocio que en realidad resultan productivos, como lo sugiere el pensador Roberto Igarza, sirven como instrumentos que permiten la interacción social, no solo en vivo, sino ahora también a través de las redes sociales.

A este argumento se añade que es innegable que la información y, en general la comunicación, ahora dependen de las nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (TICs) para difundirse y ser posibles. Como prueba de ello, se evidencia que en todas partes existe la presencia de un dispositivo móvil, nacido del desarrollo tecnológico, como por ejemplo un teléfono celular, que además de hacer y recibir llamadas, le ofrece al usuario la posibilidad de estar conectado a la gran red de comunicación basada en internet, y que ahora le facilita “*estar en todos lados y en ninguno a la vez*” (Igarza, Roberto, 2009). Esto implica más alternativas para que el potencial seductor llegue con su discurso en cualquier momento y lugar, pues como lo sostiene Igarza, “*la inserción masiva de las TICs en todas las actividades de la vida cotidiana y la fluidez de los intercambios comunicacionales afectan cada vez más profundamente las relaciones sociales*” (Igarza, Roberto, 2009, pág. 34).

Sin embargo, a esta breve descripción de lo que son ahora los medios y la comunicación, hay que agregarle la reseña de ciertos estudios acerca del proceso de la comunicación (antes del apareamiento de la Escuela de Palo Alto, cuyas ideas serán expuestas más adelante), los mismos que exploraron también la vigencia de las relaciones sociales y comunicativas en función de un mecanismo de control, esto a pesar que “*si existe comunicación, es en virtud de las diversidades individuales. Y si bien es cierto que el individuo está sometido a las fuerzas de la homogeneidad, tiene sin embargo la capacidad de sustraerse de ella*” (Mattelart, Armand y Michèle, 1997, pág. 29). Específicamente, se elige como referencia para contrastar con la Escuela de Palo Alto a la Escuela de Chicago.

1.1 La Teoría Lineal de la Comunicación y la Escuela de Palo Alto

El presente trabajo se desarrolla en torno a ciertos términos fundamentales: Discurso, Seducción, Tribu Alfa, Artes Venusianas, los mismos que serán explicados posteriormente. Sin embargo, en esta primera parte relacionada con la comunicación, se los menciona de manera abierta para contextualizarlos dentro del marco teórico.

En coincidencia con las tesis de la Escuela de Palo Alto, la vigencia del discurso, en este caso del discurso propuesto por la Tribu Alfa para seducir mujeres, también conocido como Artes Venusianas, se sostiene en el hecho que la comunicación entre individuos equivale a una interacción. Es decir, no es un mensaje que cae en un ser pasivo que lo acepta sin presentar resistencia, sino que al contrario, existe la seguridad que quien recibe dicho discurso genera una serie de reacciones que activan determinados niveles de alerta si considera que el mensaje lo va a afectar de determinada manera, situación que, a su vez, provoca otra reacción en el sujeto que emitió la información, lo que ocasiona una constante interacción entre los individuos. De esta manera, se rompe el esquema lineal de emisor-mensaje-receptor, porque la comunicación pasa a girar en una especie de círculo de interacciones. Además, para que el discurso llegue, se le agregan algunos insumos verbales y no verbales, los mismos que serán interpretados por el destinatario en la forma que crea conveniente a sus intereses para producir respuesta y, por consiguiente, los sujetos de la interacción comunicativa, siempre obtendrán una réplica a sus acciones.

Las tesis de la Escuela de Palo Alto son pertinentes para analizar el discurso de seducción femenina de la Tribu Alfa, desde algunos parámetros como por ejemplo, el hecho que toda conducta humana comunica y la comunicación no puede estar alejada de la interacción social. Sin embargo, antes de examinar estas y otras ideas, hay que señalar que la comunicación no siempre se entendió como la posibilidad de interactuar, sino que hubo estudios que entendían al receptor como un ser sin mayor capacidad de respuesta ante un mensaje determinado.

Al respecto, la Teoría Lineal de la Comunicación propuesta por la Escuela de Chicago, abrió la puerta para que se produzcan los primeros estudios acerca del uso de la propaganda en 1927, bajo la tutela de Harold Lasswell (Mattelart, Armand y Michèle, 1997, pág. 28), quien concluyó que los medios de comunicación eran los instrumentos idóneos para que los gobiernos introduzcan en la gente el pensamiento más funcional a los intereses del Estado y, de esta manera, ganar la adhesión

de las masas, que al parecer ciegamente obedecen (de acuerdo a esa escuela) al modelo de estímulo y respuesta. Lasswell encaja aquí la teoría de la “aguja hipodérmica” la cual equivale a la infiltración de información que soportan los individuos y ante la que supuestamente no pueden poner resistencia. Hacia casi mediados de 1900, Lasswell continuaba con sus experimentaciones que le permitieron concluir que la comunicación tiene tres funciones:

a) La vigilancia del entorno, revelando todo lo que podría amenazar o afectar al sistema de valores de una comunidad o de las partes que lo componen; b) la puesta en relación de los componentes de la sociedad para producir una respuesta al entorno; c) la transmisión de la herencia social (Mattelart, Armand y Michèle, 1997, pág. 31).

Pero las cosas no solo quedaron en reconocer que los medios debían hacer cumplir una función al individuo, pues luego de identificar que el llamado “*líder de opinión*” (Mattelart, Armand y Michèle, 1997) fue fundamental para cambiar o crear conductas en un individuo o grupo social y que la utilización de la comunicación para persuadir fue posible para satisfacer a un determinado sujeto o interés, aparece en 1948 el modelo de Claude Elwood Shannon, quien asevera que el problema de la comunicación se resuelve en “*reproducir en un punto dado, de forma exacta o aproximada, un mensaje seleccionado en otro punto*” (Mattelart, Armand y Michèle, 1997, pág. 42). La teoría de Shannon, que establece una especie de regla indiscutible durante mucho tiempo, incluso hasta la actualidad resumida en ocasiones solamente a emisor – mensaje – receptor, configura la idea de que la comunicación es una construcción lineal con un principio y un fin, conformada por:

La fuente de información que produce un mensaje, el codificador o emisor, que transforma el mensaje en signos a fin de hacerlo transmisible, el canal, que es el medio utilizado para transportar los signos, el decodificador o receptor, que reconstruye el mensaje a partir de los signos y el destino, que es la persona o la cosa a la que se transmite el mensaje (Mattelart, Armand y Michèle, 1997, pág. 42).

Para romper este esquema unidireccional sobre la comunicación y su estructura básica, la llamada Escuela de Palo Alto (que debe su nombre a una ciudad de las afueras de San Francisco, en Estados Unidos) empezó en los años cuarenta del siglo XX a estructurar una nueva teoría, porque sus integrantes consideraban insostenible aplicar a un proceso social, como en este caso la comunicación, un modelo lineal.

Para el grupo de investigadores compuesto por Gregory Bateson, Paul Watzlawick, Don D. Jackson, Erving Goffman, entre otros especialistas en diferentes campos, el modelo circular de Norbert Wiener, (quien plantea el concepto de feedback o retroalimentación) (Wiszniacki, Mariano, 2009) que ellos analizaron, fue el principio de un estudio cuya conclusión es que la comunicación posee un carácter retroactivo y tan complejo que no puede reducirse a la acción de un emisor y la pasividad de un receptor. De esta manera, los investigadores plantean las siguientes hipótesis que son recopiladas por Armand y Michèle Mattelard:

La esencia de la comunicación reside en procesos de relación e interacción (los elementos cuentan menos que las relaciones que se instauran entre elementos). Todo comportamiento humano tiene un valor comunicativo (las relaciones, que se corresponden e implican mutuamente, pueden enfocarse como un vasto sistema de comunicación); observando la sucesión de los mensajes reubicados en el contexto horizontal (la secuencia de los mensajes sucesivos) y en el contexto vertical (la relación entre los elementos y el sistema) es posible extraer una lógica de la comunicación. Por último, los trastornos psíquicos reflejan perturbaciones de la comunicación entre el individuo portador del síntoma y sus allegados (Mattelart, Armand y Michèle, 1997, pág. 48).

Para la Escuela de Palo Alto, la comunicación está compuesta por elementos como la palabra, el gesto, la mirada y el espacio interindividual, dando cabida al interés por el estudio de la quinésica (Calsamiglia, Blancafort, Helena, 1999, pág. 49) y la proxémica (Calsamiglia, Blancafort, Helena, 1999, pág. 51), pero además, incentiva el análisis del contexto en el que se desarrolla el acto comunicativo, debido a que las acciones e interacciones no se comprenden si no se ubican en un sitio o momento determinado. Con este elemento, Paul Watzlawick plantea la necesidad de comprender a la comunicación como un acto que se efectúa “*aquí y ahora*”:

Un punto de vista determinista según el cual lo pasado influye necesaria y directamente sobre lo presente, se deja a un lado para dotar de mayor importancia al momento actual, a la situación comunicativa que, enmarcada en un contexto determinado pero presente, es portadora del significado sustantivo que caracteriza a esa misma situación de interacción (Rizo, Marta, 2004, pág. 14).

Si la comunicación es una labor de interacción entre sujetos, entonces el discurso en general, y para este caso, el discurso de la seducción empleado por la Tribu Alfa no se presenta en un proceso unidireccional o lineal, debido a que la mujer que un individuo de este colectivo pretende seducir, constantemente emite respuestas habladas o no habladas ante los estímulos recibidos. Dichas respuestas son al mismo tiempo mensajes hacia su interlocutor, que pueden o no ser interpretados

en la forma que las mujeres desean, pero que de todas maneras evidencian que la retroalimentación existe.

De igual manera, el proceso de seducción a través del discurso solo tiene un momento para producirse, “el aquí y el ahora”, debido a que los mensajes emitidos y recibidos son procesados e interpretados en el tiempo que se producen para que se garantice el feedback esperado, ya que hacerlo después provocaría otras reacciones fuera de lugar o tergiversadas. Pero además de la importancia que posee el contexto, existe otro factor que debe examinarse. Este es, de acuerdo a Watzlawick, el “*qué y cómo*” se comunica (Rizo, Marta, 2004, pág. 15), pues en realidad, a su juicio, no se debe dar prioridad a quién realiza la acción comunicativa o por qué razón lo hace, sino más bien a qué propone dentro de su discurso lo cual refleja una perspectiva de interacción que en definitiva:

Es algo nuevo...examina los acontecimientos y los problemas en términos de comportamientos entre individuos de un sistema de relaciones sociales... se dirige hacia el “qué” y el “cómo” de la situación (en vez de hacia el por qué o por quién)... le interesa menos el origen o los fines últimos que la situación actual, así como el modo en el que se perpetúa y se podría modificar (Rizo, Marta, 2004, pág. 15).

Los integrantes de la Tribu Alfa adoptan este concepto que se materializa en el planteamiento de que lo que importa no es si un hombre posee o no ciertas características físicas, económicas o culturales que le sean favorables, sino más bien la forma en que llega a una mujer con su discurso y lo que dice. David DeAngelo (considerado por los miembros de la Tribu Alfa como uno de los gurús de la seducción) en su libro *Dobla tus citas*, refiere que las mujeres:

Se sienten atraídas por los hombres ricos, famosos o poderosos porque están genética y culturalmente programadas para creer que estos hombres son más inteligentes, más divertidos, más interesantes y más capaces de proporcionarles no solo el estilo de vida, sino también y fundamentalmente, la clase de sentimientos que desean experimentar (DeAngelo, David, 2000, pág. 52).

Sin embargo, aunque admite que no tener estas características puede ser una desventaja, aclara que es posible reemplazar las deficiencias con un discurso apropiado que haga a las mujeres sentirse como ellas esperan. En este sentido, Erik Von Markovik (otro gurú de la seducción y creador de las Artes Venusianas) sugiere que se use con el género femenino un discurso más bien emocional, en forma prudente, ya que “*cuando puedas darle los sentimientos adecuados, su proceso de*

racionalización comienza a trabajar en tu favor en lugar de en tu contra” (Von, Markovik, Erik, 2000, pág. 39).

La propuesta de la Escuela de Palo Alto implica un punto de partida importante para reconocer la validez que tiene el discurso al interior de un contexto, debido a que las relaciones humanas nunca van a ser unidireccionales, pues todo comunica, incluido el silencio, y por ende, al analizar el discurso aplicado por la Tribu Alfa para seducir mujeres, se comprueba que ellas, como todo sujeto participante de la comunicación, no son un recipiente que solo alberga información, sino que al contrario, brindan una respuesta al estímulo verbal y no verbal, réplica que es independiente de la motivación inicial que pudo tener el hombre para exteriorizar su mensaje.

Por otra parte, aunque esta investigación no se enfoca en el estudio de los aspectos quinésico y proxémico sugeridos por la Escuela de Palo Alto, que fueron definidos anteriormente, es necesario reiterar que son parte importante dentro del mensaje porque están en la interacción comunicativa. Estos se manifiestan en el contexto, el cual se prepara como una especie de *“puesta en escena”* (Calsamiglia, Blancafort, Helena, 1999, pág. 48), como lo expresa Helena Calsamiglia, para juntar ambos términos. Al respecto, el discurso para seducir mujeres aplica estos elementos, cuando por ejemplo sostiene que el seductor se manifiesta de ciertas maneras y justamente el grado de proximidad física responde al nivel de interés que la mujer refleja. De acuerdo a Von Markovik, acercarse tanto al punto de tener el permiso para oler el cuello de una mujer, equivale a crear con eficacia una *“zona de confort”* (Von, Markovik, Erik, 2000, pág. 77), es decir, un estado en el que ella se siente bien, cómoda, de tal manera que autoriza al seductor avanzar en sus propósitos.

La Tribu Alfa considera que el nivel de proximidad con una mujer o con el espacio que ella ocupa incluso dentro de un grupo de amigos puede ser alterado, porque existen técnicas precisamente para lograr acercamientos sin que el seductor sea calificado como un intruso, una molestia o un peligro. Por ejemplo, Von Markovik afirma que si las mujeres dentro de su grupo social tienden a ser atraídas por el hombre de más alto valor dentro de su contexto, entonces implica que un determinado sujeto puede convertirse en el más valioso dentro de ese grupo. Para eso, propone utilizar estrategias como esta: *“Una vez que el set (grupo) está abierto, desarmas a los amigos con historias, humor y otros DHVs (Siglas en inglés de Demostración de Alto Valor Social). Tú eres interesante, divertido y emocionalmente relevante. En realidad el roba foco de atención de la mujer que es el objetivo”* (Von, Markovik, Erik, 2000, pág. 120).

En cuanto al factor kinésico o relacionado con los movimientos corporales, el discurso seductor se complementa con la forma en que se lo emite físicamente. Como otro ejemplo, Von Markovik establece el verbo “pavonear”, que es *“el uso de prendas captadoras de la atención para amplificar tus respuestas en el campo”* (Von, Markovik, Erik, 2000, pág. 38). Pavonear permite llamar gestualmente la atención no solo de las mujeres sino de todos en general, lo que crea al mismo tiempo una mayor presión social sobre el seductor. El objetivo de vestir con algo fuera de lo común que resulte divertido, es emitir un mensaje explícito de valor sobre los demás, pero al mismo tiempo implícito que deberá ser descifrado por la mujer durante la interacción comunicativa.

1.2 Los Axiomas de la Comunicación

Al rechazar el concepto de la comunicación como un proceso lineal, la Escuela de Palo Alto identifica razones o principios que justifican la producción de interacciones entre los sujetos involucrados en la acción comunicativa. La forma de comunicación de la Tribu Alfa coincide con estos axiomas.

1.2.1 La imposibilidad de no comunicar

De acuerdo a Paul Watzlawick, para entender este axioma es necesario inicialmente identificar que el conjunto de mensajes cruzados entre seres humanos recibe el nombre de interacción. En segundo lugar, hay que reconocer que toda conducta comunica y esta a su vez se encuentra condicionada a la interacción. En tal sentido:

Hay una propiedad de la conducta que no puede ser más básica por la cual suele pasársela por alto: no hay nada que sea contrario a la conducta. En otras palabras, no hay no conducta o, para expresarlo de modo aun más simple, es imposible no comportarse. Entonces, si se acepta que toda conducta es una acción de interacción tiene un valor de mensaje, es decir, es comunicación, se deduce que por mucho que uno lo intente, no puede dejar de comunicar (Watzlawick, Paul, Helmick, Beavin, Janet, Jackson, Don, D., 1985, pág. 50).

Aplicar este axioma en el discurso de la seducción sirve para aceptar que las mujeres están comunicándose constantemente sin necesidad de que hablen o expresen sus sentimientos por escrito. Tan solo su forma de vestir por ejemplo, ya revela un mensaje en clave que va acompañado de la importancia que le dan a ciertos detalles, aunque para los hombres esos

pormenores resulten poco importantes (DeAngelo, David, 2000, pág. 40) o sean tergiversados. De la misma manera, el hombre comunica con su comportamiento pero además, el discurso del seductor contiene expresiones verbales y no verbales que poseen la intencionalidad de comunicar el valor de determinado hombre, lo cual atrae el interés de la mujer (Von, Markovik, Erik, 2000, pág. 36).

Para la Escuela de Palo Alto todo, absolutamente todo, tiene la característica de ser comunicación, incluso el silencio o la inactividad. De tal manera, que quien percibe un estímulo en forma de discurso, no puede dejar de verse afectado por él y generar una reacción. El mismo Watzlawick, durante una entrevista en el año 1977 con el Journal of Communication (texto recopilado por Armand y Michèle Mattelard en su Historia de las Teorías de la Comunicación), reitera que ningún comportamiento puede no ser comunicación, pero aclara que para que la comunicación se concrete, es indispensable la presencia de otra persona que lo testifique y para resaltar su ponencia formula la siguiente pregunta: *“Cuando un árbol cae en el bosque ¿hace ruido si no hay nadie allí para oírlo?”* (Mattelart, Armand y Michèle, 1997, pág. 50).

1.2.2 Los niveles de contenido y las relaciones de la comunicación

La comunicación tiene niveles de contenido y de relaciones, lo que significa que el sujeto que emite un discurso decide cómo quiere que se entienda su mensaje dentro de un contexto con actores específicos con los que se relaciona, pero a la vez acepta que su reacción será acorde a la interpretación que del discurso haya hecho el destinatario, creando así una interacción circular. Para ampliar esto, Gregory Bateson (Watzlawick, Paul, Helmick, Beavin, Janet, Jackson, Don, D., 1985, pág. 52) introduce los términos “referencial” y “conativo”. El primero corresponde al contenido del mensaje y además:

Puede referirse a cualquier cosa que sea comunicable al margen de la información sea verdadera o falsa, válida, no válida o indeterminable. Por otro lado, el aspecto conativo se refiere a qué tipo de mensaje debe entenderse que es, y, por ende, en última instancia, a la relación entre los comunicantes (Watzlawick, Paul, Helmick, Beavin, Janet, Jackson, Don, D., 1985, pág. 52).

En este principio aparece también la *“metacomunicación”* (Watzlawick, Paul, Helmick, Beavin, Janet, Jackson, Don, D., 1985), o lo que es lo mismo, una forma de lenguaje que se encuentra oculta dentro de la misma comunicación pero que admite la creación de mensajes con ambiguas interpretaciones. A manera de ejemplo, una sola palabra o frase dicha de distintas maneras y hasta

con diferentes entonaciones de la voz por provoca múltiples interpretaciones y por consiguiente varios modos de respuesta que el sujeto que exterioriza el mensaje deberá afrontar.

Dentro de las Artes Venusianas, la comunicación con una mujer no debe entenderse desde la lógica masculina, pues lo que se diga (contenido) debe girar en torno al contexto y la relación que se construye con una mujer, solo así se logrará que el discurso sea interesante para el género femenino y se facilite la interacción requerida para avanzar en el proceso de seducción. El discurso provocará reacciones favorables para el hombre cuando la mujer asuma que fue descifrada correctamente, pero además él elabora su mensaje de acuerdo a la información que recaba sobre ella (relaciones).

1.2.3 La puntuación de la secuencia de hechos

Si bien para la Escuela de Palo Alto la importancia de la comunicación radica en la interacción, hay que añadir que el intercambio de mensajes posee un sistema de puntuación. Esto significa que un individuo coloca ciertas pausas intencionales en su discurso para obtener diferentes reacciones, lo cual evidencia que dentro de la interacción comunicativa existe alguien con determinado nivel de superioridad, que le da la potestad de decidir en qué momento refuerza su mensaje, lo cambia, o simplemente termina la interacción, acciones que son consideradas como puntos de quiebre que permiten que la secuencia de un discurso sea la necesaria. Además, esta situación acomoda tipos de conductas, que permiten el apareamiento de los conceptos de “líder”, es decir, quien manda y “adepto”, o sea, el que sigue las instrucciones (Watzlawick, Paul, Helmick, Beavin, Janet, Jackson, Don, D., 1985).

Al interior de la Tribu Alfa se establece como objetivo formar a un sujeto líder dentro del grupo social donde se encuentra una mujer, capaz de superar a los demás y por ende ser el elegido por ella. Esto también involucra su capacidad para formular un discurso que mantenga un orden lógico, que, como lo sugiere la Escuela de Palo Alto, se ajuste a la puntuación para que los actores involucrados en la comunicación los comprendan apropiadamente de acuerdo a un interés, porque, caso contrario, la falta de dicho mecanismo ocasiona problemas y por eso “*resulta difícil creer que dos individuos puedan tener visiones tan dispares de muchos elementos de su experiencia común*” (Watzlawick, Paul, Helmick, Beavin, Janet, Jackson, Don, D., 1985, pág. 59).

1.2.4 Comunicación digital y analógica

La Escuela de Palo Alto toma de la informática los términos “*digital*”, para expresar el trabajo que las calculadoras hacen con dígitos o representaciones gráficas de una cantidad, y “*analógico*”, o señales análogas a los datos reales (Watzlawick, Paul, Helmick, Beavin, Janet, Jackson, Don, D., 1985). En el ámbito digital, si en las matemáticas un número intenta representar una realidad, en el lenguaje sucede lo mismo, pues las letras y las palabras tratan de asemejarse a lo que se quiere decir. Cuando, por ejemplo, se expresa la palabra perro, esta solo tiene un significado y representa a un animal específico, fenómeno resultante de un consenso social que le da valor, ya que fuera de dicho acuerdo nunca representaría lo que pretende. Incluso, es por esto que si se dice algo a alguien que no conoce cierta cultura, lo único que se obtendría como respuesta es cualquier reacción basada en la sorpresa. Como lo explican Gregory Bateson y Don D. Jackson, “*no hay nada parecido a cinco en el número cinco, no hay nada particularmente similar a una mesa en la palabra mesa*” (Watzlawick, Paul, Helmick, Beavin, Janet, Jackson, Don, D., 1985, pág. 62). La comunicación digital, entonces, está en el mundo del lenguaje y las formas establecidas para entenderla a través de los significados socioculturales.

En cuanto a la forma de comunicación analógica, Watzlawick explica que mientras la anterior forma se basaba en las palabras, ésta en cambio corresponde a la comunicación no verbal, y señala que:

La diferencia entre ambos modelos de comunicación se volverá algo más clara si se piensa que, por ejemplo, por mucho que escuchemos un idioma extranjero por la radio no lograremos comprenderlo, mientras que es posible obtener con facilidad cierta información básica observando el lenguaje de los signos y los llamados movimientos intencionales, incluso cuando los utiliza una persona perteneciente a una cultura totalmente distinta (Watzlawick, Paul, Helmick, Beavin, Janet, Jackson, Don, D., 1985, pág. 63).

Tal afirmación exalta la idea de que un gesto o comportamiento puede decir más que mil palabras y en el caso del discurso de la seducción, aspectos como el pavonearse ocasionan una multiplicidad de respuestas. Pero, como lo aclara Watzlawick, el ser humano utiliza ambos tipos de comunicación porque son complementarios y por tanto, si toda comunicación tiene un aspecto de contenido transmitido en forma digital, también conserva otro aspecto relacional de naturaleza analógica.

1.2.5 Interacción simétrica y complementaria

Sobre este punto, la tesis de Gregory Bateson (Watzlawick, Paul, Helmick, Beavin, Janet, Jackson, Don, D., 1985, pág. 69), que es recogida por Watzlawick, indica que una interacción es simétrica cuando hay el ánimo de competencia entre dos sujetos de la comunicación porque cada uno considera que sus habilidades son iguales a las del otro, y es complementaria cuando a diferencia de la primera, surge la presencia progresiva de un individuo autoritario y de otro obediente, debido a diferencias de distintas características entre ellos. El caso de un jefe y su empleado, o un padre y su hijo, ejemplifica la idea de comunicación complementaria de Bateson. Watzlawick reitera:

Por una parte, “los participantes tienden a igualar especialmente su conducta recíproca y así su interacción puede considerarse simétrica. Sean debilidad o fuerza, bondad o maldad, la igualdad puede mantenerse en cualquiera de esas áreas”. Asimismo, “la conducta de uno de los participantes complementa la del otro, constituyendo un tipo distinto de Gestalt (Vásquez, Olcese, César) y recibe el nombre de complementaria. Así, pues, la interacción simétrica se caracteriza por la igualdad y por la diferencia mínima, mientras que la interacción complementaria está basada en un máximo de diferencia (Watzlawick, Paul, Helmick, Beavin, Janet, Jackson, Don, D., 1985, pág. 69) .

En el caso de las Artes Venusianas, cada integrante de la Tribu Alfa está consciente que debe dominar la interacción comunicativa, pues es lo que le garantiza seducir a su objetivo y así evitar que la mujer establezca una relación simétrica. Al respecto, De Angelo plantea que:

Incluso cuando es el hombre quien escoge a la mujer, la mayoría de ellas aun orquestará la secreta fantasía de que está voluntariamente dejándole que lo haga. Por eso, al hablar con las mujeres es bueno tratar este asunto y transmitirles (aunque sea de un modo insinuado y mencionando experiencias pasadas) que tú eres el que eliges y no el elegido (DeAngelo, David, 2000, pág. 44).

EL DISCURSO

1.3 La relación producción, ocio y discurso

Con la explicación de las tesis de la Escuela de Palo Alto se fundamentó la forma en que el discurso de la seducción, o Artes Venusianas de la Tribu Alfa, funciona desde el aspecto de la comunicación. De aquí en adelante se desarrollarán los términos clave que contiene esta investigación. El discurso es el primero de ellos. El objetivo es analizar cómo se presenta y se desarrolla a favor de la meta que persiguen los integrantes de la Tribu Alfa. La producción de un discurso involucra la utilización de distintos elementos basados en el lenguaje, pero además requiere de una labor intelectual que se dedique completamente a este fin en un tiempo determinado.

La construcción de las Artes Venusianas requiere dedicación y tiempo, pues va más allá de la elaboración de una o dos frases que busquen convencer de algo a una mujer, ya que en realidad comprende un conjunto de técnicas diversas, recopiladas en un amplio manual, las mismas que se usan de acuerdo a diferentes contextos. La página oficial de la Tribu Alfa de la ciudad de Quito textualmente señala:

Tribu ALFA es un espacio exclusivo creado hace 4 años y con más de 600 participantes satisfechos para enseñar, discutir y aprender de mano de expertos los mejores métodos y estrategias para crear atracción en las mujeres sin importar cuán bellas sean o su estatus social.[...] Basados en estudios evolutivos, sociológicos y psicológicos hace poco tiempo se ha descubierto cuáles son las claves de la atracción entre seres humanos y quien tenga este conocimiento de manera estructurada podrá alcanzar sus objetivos con las mujeres de manera efectiva. [...] Nuestro método es el único que realmente funciona al 100% en Sudamérica, pues varios otros métodos creados en otras regiones como Estados Unidos y Europa no toman en cuenta que existen diferencias culturales en las diferentes partes del mundo y las concepciones de status y de lo que es atractivo varía según la cultura (www.tribualfa.com).

Lo citado da cuenta del esfuerzo dirigido a la creación de un espacio donde se enseña técnicas de seducción. Pero más allá de lo que se ofrezca, lo evidente es que se trata del producto fruto del trabajo y, por ende, se vuelve útil, tiene un valor. De acuerdo con la doctrina de Carlos Marx, si algo tiene un valor es considerado como mercancía y:

Las mercancías no son más que cantidades determinadas de tiempo de trabajo coagulado, además, cada mercancía en particular no representa más que una determinada parte del tiempo de trabajo socialmente necesario. La magnitud del valor se determina por la cantidad de trabajo socialmente necesario o por el tiempo de trabajo socialmente necesario para producir cierta mercancía o cierto valor de uso (Lenin, Vladímir, Ilich, 1975, pág. 20).

Pero afirmar que una mercancía con valor solo se produce cuando existe establecido un tiempo de trabajo socialmente necesario, significa desconocer que lo que se hace en espacios que no son horas de trabajo, es decir, en los momentos de desocupación u ocio tenga valor. Ante esto surgen tesis como las de Roberto Igarza, que critican tal posición, sugiriendo que la productividad más bien se da en ambos momentos y eso se comprueba en la utilización de las tecnologías de la comunicación que ayudan a despejar la mente en horas de trabajo (Igarza, Roberto, 2009, pág. 43), sin que eso signifique vagancia intelectual, o también permiten laborar durante momentos de descanso.

De acuerdo a los llamados gurús de la seducción, como por ejemplo el español Mario Luna, la seducción de mujeres es una ciencia, porque según ellos tiene un método y sus efectos pueden ser verificables, además las estrategias que se proponen fueron probadas en vivo y sometidas a pruebas que las validan (Luna, Mario, 2012). En la misma página de la Tribu Alfa se afirma:

El material que enseñamos es producto de años de "prueba y error" de parte de varias comunidades a nivel mundial de "no naturales" que se dedicaron con ahínco y pasión a entender cómo llegar al éxito con las mujeres. Luego algunos de ellos decidieron "estructurar" ese conocimiento que se iba acumulando por años en los foros de internet de esas comunidades, obteniendo lo importante para condensarlo y poder enseñarlo a otros. El resultado ha sido un "conocimiento" profundo acerca del Arte de la Conquista y Atracción y de las relaciones hombre-mujer (www.tribualfa.com).

Aunque los gurús afirman que sus resultados son verificables, no existe ningún estudio basado en encuestas u otro tipo de mecanismo estadístico que confirme esto, debido a que ellos sostienen que la prueba que el discurso funciona la consigue cada individuo cuando logra cambiar su vida por el hecho de aplicar las técnicas de seducción, es decir, los resultados son subjetivos, lo que contradice varios aspectos requeridos para que algo se entienda como ciencia. Sin embargo, más allá de que la seducción sea o no una ciencia o que los gurús así lo entiendan, el hecho es que cultivarla requiere tiempo y esfuerzo que bien puede entenderse como una acción productiva, aunque eso no necesariamente significa que se ubique en las condiciones convencionales de tiempos de producción y más bien se entienda que el discurso de la seducción se hace en los espacios de ocio.

Para el pensador Roberto Igarza, las relaciones productivas ya no son aquellas históricamente registradas, es decir, cuando el hombre empleaba parte de su tiempo para cumplir labores que garantizaban el bienestar social o económico a cambio de su fuerza de trabajo, sino que ahora, debido al impacto ocasionado por el desarrollo tecnológico, las sociedades emprenden un camino especialmente dirigido al consumo de contenidos. Igarza dice que *“las economías modernas funcionan reconociendo lo creativo, lo mediático y lo ocioso, por un lado, y la consecuente relativización del lugar social concedido al trabajo y al pleno empleo como estrategia colectiva, por otro no se oponen* (Igarza, Roberto, 2009, pág. 34).

Si los momentos de producción y los de ocio son prácticamente iguales en la actualidad, entonces la creación de discursos de seducción en tiempos de descanso es parte de un momento productivo, porque además, para el mismo autor, *“en una sociedad fluida, la esencia del trabajo no es la producción de objetos físicos, sino la manipulación de datos, de imágenes y símbolos”* (Igarza, Roberto, 2009, pág. 34).

La relación inseparable que poseen los momentos de producción y ocio impulsó nuevas investigaciones que pretenden demostrar que el ocio no necesariamente es improductivo. Un estudio de la Universidad de Melbourne, Australia, publicado por la página Empleos Clarín, afirma que navegar por internet de manera ociosa durante las horas de trabajo aumenta la productividad porque se ajusta la concentración de los trabajadores y según el análisis, quienes usan internet por motivos personales en el trabajo son un 9% más productivos que quienes no lo hacen (www.articulos.empleos.clarin.com, 2009). El autor de la investigación, Brent Coker, asegura que:

La gente necesita distraerse un momento para volver a su concentración. “Descansos breves y no intrusivos, como una rápida navegación por internet, permiten descansar la mente, llevan a una concentración total neta más alta para un día de trabajo y, como resultado, generan un aumento de la productividad (www.articulos.empleos.clarin.com, 2009).

El desarrollo tecnológico permite que en la actualidad las máquinas reemplacen al ser humano en sus actividades laborales y por ende, aparecen más tiempos libres que son empleados en otras actividades que de ninguna manera representan inactividad (García, Camarero, Ernesto). El analista Ernesto García Camarero explica que en realidad el ocio siempre fue una de las grandes aspiraciones humanas y el hombre continuamente consideró la idea de evitar poner su propia energía y esfuerzo para impulsar la producción, esto justifica la creación de herramientas e instrumentos que buscaban disminuir el esfuerzo físico y que luego dieron paso a las revoluciones

industriales, hasta llegar a nuestros días donde las máquinas prácticamente hacen todo el trabajo dejando al hombre más tiempos libres. Para este analista:

Ocio no significa inactividad, y tampoco sólo mero entretenimiento. El ocio se puede aplicar en tareas acuciantes como pueden ser las científicas para la resolución de problemas que tenga planteados el hombre, tales como alargar la vida, disminuir las enfermedades, aumentar el conocimiento de nuestra psicología, la expansión cósmica de la Humanidad, etc. (García, Camarero, Ernesto).

Igarza agrega que el ocio es parte de los mismos momentos de trabajo, cuando debido al desarrollo tecnológico, un individuo pasa su tiempo conectado a dispositivos como por ejemplo teléfonos celulares con navegación en internet, los mismos que constituyen un nexo entre los dos espacios, el ocio y el lugar del trabajo, y donde se puede circular en uno estando en el otro y viceversa, pero son justamente estos espacios los utilizados para la creación y producción. Por tanto, producir discursos para seducir mujeres se convierte en una actividad no convencional bajo el clásico concepto de trabajo, pero sí evidencia una labor intelectual efectuada durante momentos de ocio, que al final resulta productiva, porque de acuerdo a la Tribu Alfa, sirve eficazmente para sus propósitos y además genera un reconocimiento económico.

1.4 La exclusividad del discurso

El discurso puede ser entendido desde varias perspectivas, como referencia, para Helena Calsamiglia *“es parte de la vida social y a la vez un instrumento que crea la vida social. Desde el punto de vista discursivo, hablar o escribir no es otra cosa que construir piezas textuales orientadas a unos fines y que se dan en interdependencia con el texto”* (Calsamiglia, Blancafort, Helena, 1999, pág. 14). Para Daniel Prieto Castillo, *“el término discurso puede aludir a ciertas tendencias de elaboración de mensajes”, además; “todo acto discursivo significa pues una selección de términos, una determinada combinación de los mismos, y, a la vez, una selección de temas”* (Prieto, Castillo, Daniel, 1998, pág. 15).

Sin embargo, el uso del discurso no necesariamente es un derecho del que todos los grupos sociales se benefician, pues como lo observa Michel Foucault (Foucault, Michel, 1992, pág. 23), existen rituales para condicionar dicha utilización y de esta manera, se imponen reglas a los individuos

que dicen los discursos y no se permite que cualquier público tenga acceso a ellos o al menos a su verdadero significado intencional. Todo intercambio de mensajes funciona pero siempre al interior de sistemas complejos de restricciones. Foucault destaca que el ritual:

Define la cualificación que deben poseer los sujetos que hablan (y que, en el juego de un diálogo, de la interrogación, de la recitación, deben ocupar tal posición y formular tal tipo de enunciados); define los gestos, los comportamientos, las circunstancias y todo el conjunto de signos que debe acompañar al discurso; fija finalmente la eficacia supuesta o impuesta de las palabras, su efecto sobre aquellos a los cuales se dirigen, los límites de su valor coactivo (Foucault, Michel, 1992, pág. 24).

Como prueba que el discurso es potestad de ciertos grupos, Foucault menciona el caso de las “*sociedades de discursos*”, que buscaban apropiarse de la exclusividad de la difusión de un mensaje y la producción del mismo, los miembros de estos grupos seguían reglas específicas, pero no perdían su derecho a difundirlo. El autor señala a los grupos de rapsodas, que antiguamente fueron los únicos con el conocimiento acerca de la elaboración de poemas, cómo recitarlos, variarlos o transformarlos, debido a muchos factores, entre ellos, la capacidad para memorizar, pero aunque Foucault mantiene la posibilidad que tales personajes quizás hayan desaparecido, admite que no es menos cierto que todavía el discurso aun es objeto de apropiación por parte de quienes se creen los únicos capacitados y merecedores de aplicarlo (Foucault, Michel, 1992, pág. 24). Bajo el argumento de Foucault, es posible identificar que la Tribu Alfa es una sociedad de discurso, pues se apropia de él. Esto se desprende de lo expresado en su propia página web donde dice:

Tribu ALFA es un espacio exclusivo creado hace 4 años y con más de 600 participantes [...] Este aprendizaje es reservado solo para aquellos quienes demuestren tener lo que se necesita pues aprender a ser atractivo es un camino que para muchos es un reto, muchos piensan que las mujeres son el reto, pero el reto está en realizar un cambio interno que haga que ser atractivo a las mujeres sea algo NATURAL (www.tribualfa.com).

Además del empleo de un término interesante como lo es “natural”, que será analizado más adelante, aquí se menciona que la Tribu Alfa se trata de “un espacio exclusivo” y el aprendizaje del discurso “es reservado solo para aquellos quienes demuestran tener lo que se necesita”. Asimismo, en su página electrónica se añade que para ser considerado como merecedor del conocimiento se requiere cumplir ciertas condiciones como tener valentía, templanza y dedicación, pero también la predisposición de pagar económicamente por lo que se aprende (www.tribualfa.com). Esta situación confirma que desde diferentes aspectos, la Tribu Alfa es de carácter exclusivo y por tanto sus conocimientos son solo para algunos. Esto coincide con la tesis de Foucault. Pero hay que aclarar que el hecho que alguien logre conseguir por medios como por ejemplo internet, los

principios de las Artes Venusianas, eso no implica que sea parte de las comunidades de seducción ya que no cumple con lo necesario para eso.

Por otra parte, decir que el discurso se ha vuelto propiedad de unos en detrimento de otros, inevitablemente lleva a reconocer que existe un afán de conseguir control y por ende de captar poder. La Tribu Alfa sostiene que el ser humano existe en el mundo con dos propósitos: sobrevivir y reproducirse (www.tribualfa.com). El primero se enfoca en las condiciones que garantizan la vida individual de un sujeto, pero el segundo abarca las condiciones que permiten la descendencia de la especie y es lo que le interesa sobre todo a la mujer. Es en este último aspecto donde entra el discurso de la seducción, ya que *“cuando una mujer observa a dos hombres, su circuito rápidamente leerá los valores de supervivencia y reproducción de cada hombre. Entonces ella percibirá emocionalmente el resultado de este cálculo. Naturalmente se sentirá atraída hacia el hombre con los valores más altos”* (Von, Markovik, Erik, 2000, pág. 20).

De acuerdo a la Tribu Alfa, para alcanzar los valores más altos se requiere aprender cómo desarrollarlos, y eso solo lo logran ciertos individuos a través de la enseñanza y aplicación del discurso que, como se indicó, es de exclusivo manejo de la Tribu Alfa, lo que a la larga significa encontrar una ventaja sobre quienes no saben seducir y por consiguiente garantiza tener un poder. Al respecto, Teun Van Dijk afirma que el poder discursivo es más bien un poder mental.

Es un medio para controlar las mentes de otras personas y así, una vez que controlemos las mentes de otros, también controlamos indirectamente las acciones futuras. En ese caso no necesitamos forzar a las personas para que hagan algo sino que ellas hacen lo que queremos en si libre albedrío o bien porque no tienen alternativas” (Van, Dijk, Teun, A., 2004).

Esto abre la puerta, para con el pretexto de satisfacer cierto interés, manipular a la gente mediante el poder que representa tener la exclusividad de un discurso. Sin embargo, Van Dijk aclara que el poder no siempre es completo o total, ya que nadie puede controlar todos los discursos ni todas las reacciones de los demás, pero añade que *“algunas veces, los grupos dominados ayudan en su propia dominación; por ejemplo cuando aceptan el poder del grupo dominante como algo normal, natural o, de otro modo, legítimo”* (Van, Dijk, Teun, A., 2004). A este argumento, le agrega que un grupo dominante al menos controlando una parte del discurso, podrá controlar al menos una parte de las mentes.

1.5 El discurso y la retórica

Desde la antigua Grecia la retórica se entiende como el arte de expresarse de la manera adecuada a través de un discurso para conseguir persuadir al destinatario. De acuerdo al Diccionario de la Real Academia de la Lengua, es el *“Arte de bien decir, de dar al lenguaje escrito o hablado eficacia bastante para deleitar, persuadir o conmover”* (Real Academia de la Lengua). Para Daniel Prieto,

La retórica consiste en el arte de persuadir en público, de la palabra calculada en función de un efecto, en definitiva un discurso de acción cuya intención es conmover a los perceptores, mover sus ánimos para llevarlos a aceptar determinado argumento o adoptar ciertas conductas [...] Aparece no solo en la política, en la publicidad, sino también en la vida diaria” (Prieto, Castillo, Daniel, 1998, pág. 17).

Un grupo que usa discursos cargados de retórica busca convencer a un individuo que un determinado mensaje fue elaborado especialmente para él y para eso apela a los sentimientos, la ideología o los mismos intereses del destinatario. Al respecto, Prieto aclara que *“el mero uso de la retórica no asegura de antemano la persuasión, ésta va acompañada siempre de factores extra-discursivos que permiten o niegan el éxito”* (Prieto, Castillo, Daniel, 1998, pág. 35). Entre estos factores extra discursivos aparecen algunos, como el antecedente positivo o negativo que tenga el sujeto que recibe el mensaje de quien lo emite, condiciones económicas, sociales, educativas, etc.

Según los estudios sobre el mundo griego (Pacheco, Avilés, Raquel), la retórica se usó para fines varios que daban culto a lo estético o a lo artístico, pero también se relacionó con la política, lo que ocasionó varias críticas, justamente porque contenía el principio de persuadir por medio de la palabra y el dominio de una opinión sobre la otra. Platón, quien reconoce el valor que tiene el discurso retórico para formar a la población en base a lo justo o injusto, también lo critica cuando es usado en Atenas solamente para manipular. De acuerdo a la investigadora Raquel Pacheco Avilés:

Platón no refleja un descontento directo sobre la retórica, sino más bien su oposición al uso que posteriormente le darían los romanos, específicamente señala el caso de Tucídides, de quien dice aplicaba los principios retóricos sin tomar en cuenta la moral, cuestión primordial para Platón, pues éste señala que la actividad política sólo podía realizarse en el ámbito de la moral y siendo la oratoria un instrumento por antonomasia de la actividad política, no podía estar ajena al conocimiento de lo justo y de lo injusto” (Pacheco, Avilés, Raquel).

En el contexto de las Artes Venusianas, su retórica busca alterar, a favor del seductor, las emociones de la mujer porque se concluye que sus deseos y motivaciones están constantemente en conflicto, pero saber manejarlas garantizará el éxito del hombre. De esta manera, *“si los interruptores correctos se activan, ella sentirá atracción y no tendrá elección acerca de esto”* (Von, Markovik, Erik, 2000, pág. 34).

1.6 Análisis del discurso

Si el discurso es reclamado como propiedad de ciertos grupos como lo sugiere Foucault, en este caso por la Tribu Alfa, entonces es necesario estudiar cómo lo presentan. El análisis del discurso radica en la posibilidad de identificar el verdadero significado de un mensaje a través de mecanismos que proporcionan información acerca de la manera en que fue elaborado, su intencionalidad y por supuesto del sujeto que lo emite. De acuerdo a Helena Calsamiglia, analizar mensajes o discursos, es algo que se torna indispensable en la vida cotidiana, pues el discurso se encuentra en todos los aspectos sociales debido al uso de la palabra en sus formas orales y escritas. Por ello argumenta que el análisis de discursos es un instrumento de acción social porque:

Permite develar los abusos que, desde posiciones de poder, se llevan a cabo en muchos ámbitos y se plasman en discursos: estrategias de ocultación, de negación o de creación del conflicto; estilos que marginan a través del eufemismo o de los calificativos denigrantes, discursos que no se permiten oír o leer”. (Calsamiglia, Blancafort, Helena, 1999, pág. 26) Asimismo, plantea que “el análisis de discurso se puede convertir en un medio valiosísimo al servicio de la crítica y del cambio, a favor de quienes tienen negado el acceso a los medios de difusión de la palabra, de manera que no solo los discursos dominantes, sino también aquellos en los que se expresa la marginación o la resistencia puedan hacer escuchar (Calsamiglia, Blancafort, Helena, 1999, pág. 26).

Daniel Prieto Castillo sostiene que al emitir un discurso, quien lo hace no necesariamente le hace llegar al otro sujeto toda su intencionalidad y por ende hay aspectos ocultos que deben ser descifrados (Prieto, Castillo, Daniel, 1998, pág. 47). El discurso de la Tribu Alfa, al igual que todos los demás, evidencia una intención detrás de un mensaje. Anteriormente se mencionó que llama la atención de la mujer apelando a sus emociones, pero además oculta la verdadera finalidad que es seducirla hasta llegar a los niveles que cada seductor crea conveniente. Para identificar esto, en el presente estudio se abordará el análisis crítico propuesto por Teun A. Van Dijk, quien realiza la reflexión desde la vinculación del discurso con la sociedad y las relaciones de poder.

1.6.1 Análisis Crítico del Discurso

Para Van Dijk, lo interesante es analizar detenidamente la forma en cómo, quien tiene el poder, logra dominar a los demás justamente a través del discurso, pero de la misma manera, formar una conciencia social que frene los abusos que se hacen del poder. Para este pensador, es preciso que la sociedad identifique *“cómo son capaces los grupos dominantes de establecer, mantener y legitimar su poder, y qué recursos discursivos se despliegan en dicho dominio”* (Van, Dijk, Teun, A., 1999, pág. 24).

Van Dijk ubica al poder social en términos de control, y a su juicio, los grupos sociales tienen más o menos poder en relación a si son capaces de controlar más o menos las mentes de los miembros de otros conglomerados. Afirma que *“puesto que las mentes de la gente son influidas sobre todo por los textos y por el habla, descubrimos que el discurso puede controlar, al menos indirectamente, las acciones de la gente, tal y como sabemos por la persuasión y la manipulación”* (Van, Dijk, Teun, A., 1999, pág. 26). Este pensador establece dos mecanismos que quien tiene el poder utiliza para dominar a los demás: El control del texto y del contexto y el control de la mente.

1.6.1.1 El control del texto y del contexto

Manejar estas categorías significa que un determinado grupo pueda decidir qué decir o qué discurso aplicar y en qué momento hacerlo. De esta manera, existe alguien que controla los temas a discutirse, e incluso permite o prohíbe que sus dominados utilicen ciertas palabras o discursos (Van, Dijk, Teun, A., 1999, pág. 27), como es el caso de gobiernos que tachan de subversivos ciertos mensajes, y por tanto, quien los dice puede ser sancionado de diversas formas, ridiculizado o incluso obligado a mantener silencio.

Los miembros de la Tribu Alfa procuran controlar el momento, el lugar y desde luego, las cosas que dicen, porque eso representa la posibilidad de tener éxito en su meta de seducción, aspecto que nos lleva al principio porque se relaciona con las tesis de la Escuela de Palo Alto, cuando sostenía que lo importante en la comunicación es el aquí y el ahora, aunque Van Dijk aclara que *“el habla y el texto no asumen o envuelven directamente en todas las ocasiones la totalidad de las relaciones*

de poder entre grupos: el contexto siempre puede interferir, reforzar, o por el contrario transformar tales relaciones” (Van, Dijk, Teun, A., 1999, pág. 28).

1.6.1.2 El control de la mente

Según Van Dijk, los grupos de poder tratan con sus discursos de controlar la mente de las personas y por consiguiente sus acciones. Pero si bien reconoce que esta no es una tarea fácil debido a múltiples factores como formación educativa, cultural, entre otros, y que la gente no recibe un mensaje tan pasivamente, lo cual involucra los principios de la Escuela de Palo Alto, aclara que no es menos cierto que la mayor parte de nuestras creencias provienen gracias a un discurso. Para afectar eficazmente se proponen algunas maneras. Una de ellas, identificar que a pesar de que un individuo tenga fuertes principios y creencias, siempre aceptará un discurso que sea emitido por una fuente a la cual considere creíble, fidedigna o con cierto antecedente de autoridad para abordar un tema. En este escenario pueden estar presentes actores como los líderes religiosos, de opinión, medios de comunicación, etc., pero el autor añade que al efectuar una división entre fuentes creíbles y no creíbles, ingresan en esta última categoría grupos que por diversidad de razones son discriminados en la sociedad (Van, Dijk, Teun, A., 1999, pág. 30).

Otra forma de afectar para controlar la mente, es cuando los sujetos son obligados a escuchar un discurso, como es el caso de los estudiantes o empleados, quienes además de prestar atención al mensaje, tienen el deber de asimilarlo, interpretarlo y aplicarlo en la forma en que quien lo emite lo considere pertinente. A tal punto, que cualquier observación de un súbdito puede ser mal recibida por quien se erige como dueño del discurso lo cual puede acarrear consecuencias negativas, lo cual nos lleva a confirmar el principio de complementariedad propuesto por Palo Alto.

Por otra parte, la existencia de una sola fuente de información o la falta de discursos que generen diversas formas de pensamiento alternativo también le da poder al enunciador que sabe y se reconoce como el único que eleva el mensaje (Van, Dijk, Teun, A., 1999, pág. 31). Un ejemplo de esto es visible en países donde la restricción informativa es tal, que los medios de comunicación responden exclusivamente a los intereses del Estado y su público es obligado incluso mediante las formas más sutiles, a ser parte del círculo instaurado por ese ente que dice tener la absoluta verdad. Otra estrategia para someter se construye cuando los mismos grupos, por su preparación

académica, debido a sus problemas económicos, o a cualquier otra circunstancia, no refutan un discurso ni lo desafían, lo que hace, incluso, que el poder se vuelva más autoritario y arrogante.

Sin embargo, Van Dijk va más allá, y afirma que todos los mecanismos de control de la mente antes mencionados, coartan el derecho a la libertad de los individuos, entendida la libertad como:

La capacidad de pensar y hacer lo que uno quiere. Por eso sostiene que la falta de alternativas es una limitación de la libertad de los receptores. Y limitar la libertad de otros, especialmente en el propio interés, resulta ser una de las definiciones del poder y del dominio”. A esto se añade que “dado un contexto específico, ciertos significados y formas del discurso ejercen más influencia sobre las mentes de la gente que otros, tal como la noción misma de persuasión y una tradición de dos mil años de retórica puede mostrarnos” (Van, Dijk, Teun, A., 1999, pág. 29).

Van Dijk advierte que así como un individuo puede tener el poder, al dirigir las mentes y las acciones de los demás, de igual manera un grupo puede convertirse en dominante dando paso al abuso del poder. En nuestro caso, el discurso de la Tribu Alfa sirve a sus miembros para posicionarse precisamente como alfas dominantes, independientemente que lo sean o no por “naturaleza”, como ellos lo señalan. Sin embargo, Van Dijk da una solución y menciona que así como hay conglomerados que aplican el discurso para dominar, surgen otros que al tener un conflicto con los primeros, deciden emplear nuevos tipos de discursos para en principio estar de lado de los dominados, mediante el apareamiento de un contrapoder, lo cual tiende a disminuir la influencia y el poder de los dominantes.

Este argumento explica porqué a pesar que los hombres son considerados históricamente como los poseedores de la mayoría de formas de control, en detrimento de las mujeres, ahora son estas, quienes tras años de lucha, lograron ganar espacios de poder en diferentes contextos, lo que da como resultado la disminución de la desigualdad de género. A propósito de este tema, y aunque no es el objeto de estudio, es bueno señalar que de acuerdo al Foro Económico Mundial, en su “Informe Global sobre Desigualdad de Género 2012”, que evalúa el equilibrio social y político entre géneros existente en 135 países, es decir, cerca del 93% de la población mundial, se destaca que la brecha de desigualdad de género ha disminuido en términos generales:

A nivel mundial, se han registrado considerables avances en la disminución de las brechas de género. La brecha de salud se ha cerrado en un 96%, la de educación en 93%, la brecha económica se situó en el 60%, mientras que la brecha en participación política en 20%.

[...]En el caso de América Latina y El Caribe, se registró una disminución total de 69% y países como Bahamas, Barbados, Brasil y Costa Rica han cerrado totalmente la brecha de género en educación (Carbonell, Miguel, 2012).

LA SEDUCCION

En su libro “La Seducción”, Jean Baudrillard critica que este a este concepto generalmente se lo estigmatice y considere como una representación del mal, porque para sus detractores, atenta contra el orden establecido por Dios y por lo tanto debe estar confinado en las sombras como algo prohibido (Baudrillard, Jean, 1981, pág. 4). Asimismo, cuestiona que a pesar que la seducción es un término de relevancia, se encuentre fuera del estudio de especialidades como el psicoanálisis, práctica terapéutica que al formular su teoría de la libido entendida como potestad exclusiva para el género masculino donde ninguna sexualidad puede considerarse sin lo fálico, aísla a la fuerza de lo femenino.

A juicio de Baudrillard, el poder de lo femenino está en la seducción y eso es lo que atrae a lo masculino, pues surge un mundo que está más allá de las consideraciones psicológicas o políticas, y radica en *“términos de juego, de desafío, de relaciones duales y de estrategia de las apariencias [...] un universo donde lo femenino no es lo que se opone a lo masculino, sino lo que seduce a lo masculino”* (Baudrillard, Jean, 1981, pág. 9).

A pesar de esto, las mujeres no necesariamente son conscientes del poder que poseen y ellas por sí solas dejan de lado una respuesta apropiada al dominio falocéntrico. Es decir, no usan la seducción en toda su capacidad por el riesgo de ser consideradas como vasallas o prostitutas, y de esta manera desprecian el inmenso poder que tienen para dominar al universo masculino. Baudrillard rechaza que la sexualidad femenina se estudie solo desde el carácter anatómico y biológico, a partir del cuerpo como destino. Al respecto, cuestiona que *“en ninguna parte se trata de la seducción, del trabajo del cuerpo a través del artificio, y no a través del deseo, del cuerpo seducido, del cuerpo seducible, del cuerpo apasionadamente apartado de su verdad”* (Baudrillard, Jean, 1981, pág. 11). Ahora bien, si la seducción se opone a la consideración de la anatomía como destino, esto implica, a criterio de Baudrillard, que la *“seducción quiebra la sexualización distintiva de los cuerpos y la economía fálica inevitable que resulta”* (Baudrillard, Jean, 1981, pág. 11).

Baudrillard resalta la feminidad como una construcción que va más allá de lo anatómico porque trasciende hasta ser el eje de la seducción. Bajo este escenario, la masculinidad también se pronuncia como algo más que un cuerpo. De acuerdo a Elisabeth Badinter, (www.debatefeminista.com), decir que alguien es hombre o mujer en base a una estructura cromosómica, no garantiza que socialmente así lo sea, pues para esta pensadora, lo masculino, la virilidad, se construyen dentro de una sociedad que constantemente le pone pruebas al hombre para que demuestre que en realidad lo es y así justifique su papel de dominante, pero asimismo, incesantemente, deberá demostrar y demostrarse tres cosas: *“Que no es una mujer, que no es un bebé y que no es un homosexual”* (Badinter, Elisabeth).

La genética o la anatomía no determinan la personalidad futura del ser como lo explica Badinter, pues más allá de estos aspectos ser hombre o mujer es una construcción social y cultural. Esto, contrasta con la posición ideológica que mantiene la Tribu Alfa, en el sentido de decir que las mujeres al momento de buscar una pareja, lo hacen por razones “naturales”, aunque el mismo líder de este grupo, Santiago Jarrín, aclara que si bien el factor natural juega un papel importante, no es menos cierto que las relaciones también son producto de un esquema social (Jarrín, Santiago, 2013). Aquí es posible notar una diferencia entre este criterio y la de los gurús de las Artes Venusianas, que señalan que la mujer sí actúa solamente por su instinto. Por otra parte, son más bien los hombres, quienes están obligados desde la tesis de Badinter a buscar una mujer porque esa es una prueba para demostrar su masculinidad, y todo porque existe una crisis de poder debido a la decisión de las mujeres de redefinir su identidad y construir otra feminidad que tome los privilegios y poderes ostentados tradicionalmente por los hombres (www.debatefeminista.com).

Baudrillard añade que la mujer solo es una apariencia física, mientras que la feminidad es la cualidad que debilita al hombre. Tal feminidad es auténtica o quizá superficial o imitada como en el caso del travestismo, pero a partir de esta idea, es posible encontrar el concepto de “simulación”, por cuanto no es factible hacer una diferenciación eficaz entre la realidad y los modelos que la emulan, y de esta manera *“no hay otra realidad que la segregada por los modelos de simulación, como no hay otra feminidad que la de las apariencias. La simulación es también soluble. Esta curiosa ambigüedad: es al mismo tiempo un testimonio radical de simulación, y la única posibilidad de ir más allá de la simulación – precisamente con la seducción”* (Baudrillard, Jean, 1981, pág. 12).

Para Baudrillard, seducir es un ejercicio ritual ininterrumpido que equivale también a ser seducido (Baudrillard, Jean, 1981, pág. 23). Esto obliga a los dos bandos a dar lo mejor de sí para lograr su propósito en el juego, por eso, resultaría difícil reconocer al ganador porque se construye un mecanismo de acción reacción cuyo único límite es la muerte, así como el verdadero amor que se diferencia del simple placer sexual o de la pornografía y por eso, *“cualquier seducción, cualquier forma de seducción, que es un proceso enormemente ritualizado, se borra cada vez más tras el imperativo sexual naturalizado, tras la realización inmediata e imperativa de un deseo”* (Baudrillard, Jean, 1981, pág. 76).

La seducción no tiene tiempo específico, porque posee su propio ritmo y su ciclo no se detiene debido a que el fin es no parar de seducir. Para Baudrillard, el anzuelo es tan sutil que se lleva de uno a otro lado sin problemas, pero a esto añade la pregunta: ¿Es seducir o ser seducido lo que es seductor? Entonces se responde:

Ser seducido es con mucho la mejor manera de seducir. Es una estrofa sin fin, Igual que no hay activo ni pasivo en la seducción, tampoco hay sujeto u objeto, interior o exterior: actúa en las dos vertientes y ningún límite las separa. Nadie, si no es seducido, seducirá a los demás. La seducción, al no detenerse nunca en la verdad de los signos, sino en el engaño y el secreto, inaugura un modo de circulación secreto y ritual, una especie de iniciación inmediata que sólo obedece a sus propias reglas del juego” (Baudrillard, Jean, 1981, pág. 77).

Para David DeAngelo, si el hombre pretende ser quien más veces gana el juego de la seducción y así aumentar su éxito con las mujeres, entonces *“debes analizar y entender el modo en que ellas lo juegan. Debes verlo desde su misma perspectiva; desde su lado del campo; tal y como ellas lo perciben”* (DeAngelo, David, 2000, pág. 47). Por su parte, Baudrillard afirma:

El secreto de la seducción está en esta evocación y revocación del otro a través de gestos cuya lentitud, cuyo suspenso es tan poético como la película de una caída o de una explosión a cámara lenta, porque entonces hay algo que tenemos tiempo de echar en falta antes que llegue a su término, lo que constituye, si es que existe, la perfección del «deseo»” (Baudrillard, Jean, 1981, pág. 80).

1.7 La ausencia, el amor y el seductor

David DeAngelo manifiesta que “*uno de los principios psicológicos más importantes y arraigados en la conducta del ser humano (mujeres incluidas) es el principio de escasez*” (DeAngelo, David, 2000, pág. 101). Desde este planteamiento expresa que dentro del ámbito de la seducción aquellas oportunidades que resultan más difíciles de alcanzar son las más valiosas porque además, se entiende que lo valioso es escaso, mientras que lo abundante es poco deseable. Lamentablemente, según él, uno de los errores que cometen los hombres ante una mujer que quieren conquistar es mostrarse siempre disponibles, desocupados o libres para ellas, lo cual con el tiempo ocasiona que el hombre pierda su valor, debido a que mientras él piensa que con estar siempre allí generará más atracción, en realidad es todo lo contrario, ya que evidencia que es un ser desesperado, necesitado, débil, dependiente (DeAngelo, David, 2000, pág. 101), en definitiva todo lo contrario a ser un hombre como el que las mujeres buscan o masculino de acuerdo al criterio de Badinter.

Sobre este mismo aspecto, Baudrillard, afirma que un mecanismo de seducción consiste en la presencia intermitente. Es decir, en la presencia, no presencia al mismo tiempo, que provoca durante la ausencia el apareamiento de aquellos recuerdos que hacen extrañar a alguien. Esta situación se vuelve un elemento clave y es por eso que cuando el seductor desaparece un tiempo, el anzuelo de la mujer seductora para atraerlo es el deseo, el amor y el mismo acto sexual (Baudrillard, Jean, 1981, pág. 82). Así se destaca la importancia de seducir y ser seducido pero evitando caer en la rutina que acaba con la estética de la seducción.

Sin embargo, la seducción no puede alejarse de su relación con el amor y su real existencia. Al respecto, Baudrillard afirma que lo que nosotros consideramos como amor no es tal, sino solamente seducción, que a su vez se consolida en convencer al otro que es y sigue siendo objeto de deseo. De esta manera, plantea la siguiente reflexión: “*Lo que quiero no es amarte, quererte, ni siquiera gustarte: es seducirte — lo que no significa que me ames o me gustes, sino que seas seducido*” (Baudrillard, Jean, 1981, pág. 82).

Mientras tanto, a través de una serie de cálculos complementados con toda su voluntad, el seductor hará todo lo posible para evitar que la feminidad salga triunfante y más bien sea sacrificada hasta el extremo de abandonarse eróticamente, dejando así de ser una fuerza peligrosa de seducción. Sin embargo, es también capaz de direccionar la misma seducción femenina en su propio beneficio, ya

que se precisa reconocer que sin la existencia de la mujer el seductor no es tal. La mujer no tiene que hacer nada para seducir, ya que su belleza u otras cualidades seducen por sí solas. Aquí el hombre se convierte en el primer seducido en su intención por seducir, cosa que la mujer lo entiende como un sacrificio mutuo que está dispuesta a asumir. La gracia de la feminidad guía los pasos que sigue el seductor porque ella reconoce y espera ser sacrificada, es decir asesinada simbólicamente cuando se concreta el acto sexual (Baudrillard, Jean, 1981, pág. 71).

Bajo la luz de este fundamento, se puede establecer una diferencia entre la seducción estética, refinada, que surge al aceptar el desafío de seducir, y la seducción que Baudrillard entiende como impura, es decir, aquella que acaba con el amor u otro noble sentimiento porque solo busca la relación sexual, que representa los despojos o residuos de un proceso más fundamental y con otro fin que va más allá de la sexualidad (Baudrillard, Jean, 1981, pág. 86). Sobre este aspecto, según Baudrillard, es posible reconocer casos de seductores impuros que solo buscaron el sexo, como Don Juan o Casanova, quienes se encaminaron en el proceso de conquista solo para satisfacer sus intereses y obtener placer sin llegar a aquella dimensión espiritual que otorga la seducción, que según Kierkegaard, citado por Baudrillard, *“consiste en llevar al colmo las fuerzas y los recursos seductores de la mujer para desafiarla mejor con una estrategia minuciosa de inversión”* (Baudrillard, Jean, 1981, pág. 96) .

Al respecto, la Tribu Alfa propone un estilo de discurso de seducción que procura ser equilibrado y establece tres objetivos. Primero rechazar aquella forma de acercamiento muy sexual e incluso agresivo que aleja a las mujeres. Segundo superar la fase en la que un hombre es buena persona, amable, dulce, entre otras cualidades, pero que cuando declara su amor debe conformarse con quedar solo como amigo, y, tercero, evitar el no saber cómo avanzar por las diferentes etapas que implica ser un buen seductor, es decir, no quedar como el “lento” (www.tribualfa.com). Baudrillard para explicar el primer tipo de seducción, o refinada, señala que:

No hay diferencia entre la seducción femenina y la estrategia del seductor: siempre se trata de la muerte y del rapto mental del otro, de hechizarlo y de hechizar su fuerza. Siempre es la historia de un asesinato, o mejor, de una inmolación estética y sacrificial, pues, como dice Kierkegaard, eso ocurre siempre en el espíritu” (Baudrillard, Jean, 1981, pág. 97).

Desde este argumento, se entiende que el discurso de la seducción es espiritual y se complementa con ingenio, encanto y refinamiento pues la intención no es concluir en el deseo o lo carnal. Sin embargo, esto no quiere decir que el goce va a quedar aislado, pues aquí el camino es distinto y

matizado por toques sutiles que provocan que los signos caigan en la trampa, y si como se señaló antes, las herramientas del seductor son el reflejo de la seducción femenina y se usan apropiadamente, entonces ella caerá sin esfuerzo porque existe un encanto espiritual o complemento que la mujer sabe identificar. En este ámbito, la mujer es seducida gracias a una falsa ilusión de lo que es o espera que el seductor reconozca que es. Para eso toma en consideración que aguarda que él se identifique con ella a pesar de saber conscientemente que se trata de un juego que involucra lucha y atracción de contrarios.

Baudrillard insiste. Mientras la seducción vulgar intenta llegar con mecanismos como la insistencia, la verdadera o más refinada en cambio configura un ambiente basado en las ausencias, el suspenso y el desconcierto, elementos que producen momentos de gran intensidad que anuncian que la mujer va a caer porque se rompe la lógica del acercamiento. Entonces se avanza a otra etapa del proceso que consiste metafóricamente en una guerra de contrarios que buscan un mismo fin, complementándose, apoyándose pero conscientes de que al final terminarán muriendo. Baudrillard aclara esta situación y guía su fundamento en el Diario de un Seductor de Kierkegaard que en la parte correspondiente dice:

Una doble maniobra será necesaria en mis relaciones con Cordelia... Es una guerra en que yo huyo y le enseño así a vencer persiguiéndome. Continuaré retrocediendo y, en ese movimiento de repliegue, le enseño a reconocer en mí todas las fuerzas del amor, sus pensamientos inquietos, su pasión y lo que son el deseo, la esperanza y la espera... El valor para creer en el amor le llegará... Es necesario que no sospeche lo que me debe... Entonces, cuando se sienta libre, tan libre que casi estará tentada de romper conmigo, la segunda guerra empezará. En ese momento, ella tendrá fuerza y pasión, y la lucha tendrá importancia. Incluso si me abandona, la segunda guerra tendrá lugar. La primera es la guerra de liberación y es un juego; la segunda es la guerra de la conquista, y será a vida o muerte” (Baudrillard, Jean, 1981, pág. 107).

CAPITULO II

LA TRIBU ALFA

2.1 La Tribu Alfa en Quito

Lo expuesto en el capítulo anterior demuestra que en definitiva existe la intencionalidad constante en el hombre por mantener el control sobre la mujer, en este caso, en las relaciones sentimentales, las mismas que por razones culturales, no solo naturales, son el producto de un modelo dirigido a dar mayor legitimidad a lo masculino. Para esto, se crean lineamientos que favorecen al hombre con el fin de asegurar su dominio, lo que incluye en ocasiones, normas extremas, como por ejemplo, las que rigen en países orientales como Irán, Afganistán, entre otros, donde hasta los castigos, mutilaciones y demás actos violentos o discriminatorios son considerados como parte de un ritual dirigido a someter a la mujer a la voluntad del hombre para, de esta manera, garantizar una condición de estabilidad social.

Lo mencionado provocaría una serie de debates acerca del aspecto cultural, pero si bien ese no es el objetivo de este estudio, sí resulta útil para reafirmar que el interés del hombre está en convertirse en el ser sociocultural dominante en cualquier tiempo. Pero, aunque es innegable la existencia de la aparente autoridad masculina, pues se la aprecia a través de la publicidad, las relaciones laborales, políticas, etc., también es cierto que la lucha de las mujeres por sus derechos y libertades produjo cambios que las ubica progresivamente fuera del paradigma funcional creado por el género masculino. Esto al menos se confirma en el Informe Global sobre Desigualdad de Género 2012, donde se señala que luego de un estudio en 135 países del mundo, se registran considerables avances en la disminución de las diferencias de género. *“La brecha de salud se ha cerrado en un 96%, la de educación en 93%, la brecha económica se situó en el 60%, mientras que la brecha en participación política en 20%”* (Carbonell, Miguel, 2012).

En comparación con los casos de países como los antes mencionados, Latinoamérica proyecta más libertad en cuanto a las relaciones de pareja, pues aquí las mujeres tienen más posibilidades de decidir sobre su futuro mediante reglas de juego quizás más democráticas, pero, según la Tribu Alfa, ellas más allá de anhelar un estereotipo de belleza masculina, elegirán por instinto natural y

conveniencia social (Jarrín, Santiago, 2013), a alguien que les garantice reproducción y preservación de su especie de la mejor forma posible con todo lo que esto pueda significar, basándose “*en un entorno antiguo y tribal que existió hace decenas de miles de años*” (Von, Markovik, Erik, 2000, pág. 31). Para la Tribu Alfa, reconocer que, por instinto de supervivencia y reproducción, las mujeres eligen al hombre más apropiado, es hallar la razón para que este último acepte como su prioridad demostrar que es el espécimen correcto y si para ello necesita nuevas herramientas, pues tiene que buscarlas. Con este argumento, la Tribu Alfa justifica su presencia en la ciudad de Quito, como una comunidad donde, de acuerdo a este colectivo, se brinda la oportunidad de aprender mecanismos para recuperar la personalidad del hombre conquistador y seductor.

La Tribu Alfa, ofrece enseñar los secretos de la seducción, así como también las técnicas para aprender a ser atractivo y construir momentos de comunicación apropiados entre ambos géneros, pues a criterio de este grupo, por motivos culturales, el hombre tiene esquemas mentales equivocados acerca de lo que son las relaciones de pareja. Sobre este aspecto, Román Gubern (Gubern, Román, 2000, pág. 166) sostiene que el desarrollo biológico del ser humano lo llevó a crear la figura de la relación estable de pareja, entendida como el mecanismo para que el hombre se comprometa a ser fiel a la mujer y garantizar el bienestar de la descendencia de ambos, pero esto, a cambio de una gratificación sexual permanente por parte de la mujer. Sin embargo, aclara que los seres humanos a pesar de los convencionalismos culturales, conservan su naturaleza animal que les lleva a buscar satisfacción con otros compañeros, de tal manera que:

El ascenso del número de divorcios en la sociedad occidental sugiere intensamente que el ser humano tiende a sucesivas relaciones monógamas, justificadas por la necesidad de dar lugar a una mayor combinación genética con parejas y descendientes distintos. De manera que los tópicos populares del “tedio matrimonial” y de “la comezón del séptimo año” tendrían una fundamentación biológica en la necesidad de nuevas combinaciones genéticas, tras haber consolidado una descendencia (Gubern, Román, 2000, pág. 169).

Para Gubern, en las relaciones de pareja, la receptividad sexual femenina juega un rol importante pues no sirve solo para fecundar, sino también para mantener comprometido y sujetar al hombre. Frente a esto, para la Tribu Alfa, aquí reside el mayor problema, porque el hombre cree que es la mujer, quien con sus encantos y sexualidad escoge a su compañero, cuando en realidad es todo lo contrario.

La Tribu Alfa se autodefine como una comunidad donde se reúnen dos tipos de hombres: Los naturales, es decir, quienes tienen la facilidad innata para interrelacionarse con el género femenino, y aquellos que no poseen dicha característica. Sin embargo, ingresar a esta agrupación no implica solo despojarse de la “vergüenza y la culpa” (www.tribualfa.com), sino también pagar un valor económico de 200 dólares por concepto de todos los conocimientos revelados. Eso incluye un curso teórico de 10 o 12 horas, dependiendo del sujeto (según lo señala Santiago Jarrín), y, prácticas de campo en bares y calles durante un tiempo promedio de 3 horas. Luego de esto, los miembros del grupo siguen asistiendo cada miércoles en la noche a hacer prácticas, usualmente en el sector de la Mariscal en el centro norte de Quito. La razón es que ese día de la semana se realizan las denominadas “Ladies night”, donde la cantidad de mujeres en el lugar aumenta.

Asimismo, el grupo afirma que el hombre tiene el deber de atreverse a seducir si quiere descendencia. Compara su conducta con la de los animales que viven en manadas, donde por diferentes razones, uno de sus integrantes masculinos está en la obligación de demostrar que es el mejor y supera a los demás por fuerza, belleza, etc. Precisamente por poseer tales características, domina a los machos considerados “beta” o débiles, lo que le otorga mayores ventajas en varios aspectos, principalmente con las hembras de su grupo. La *“Tribu Alfa entonces transmite la idea del hombre que es líder y por ende puede escoger la mujer que desea”* (www.tribualfa.com).

De igual manera, reitera que las mujeres eligen a los hombres más adecuados que les aseguren sobrevivir pese a las circunstancias y conservan la predisposición de acercarse a quienes consideran “Alfas” o más fuertes, igualmente, si quieren tener descendencia y que esta se desarrolle. Tal situación, según la Tribu Alfa, se evidencia cuando las mujeres prefieren a su lado a militares, artistas, hombres ricos o famosos, aspectos que, junto a la apariencia física, son tomados en cuenta, pero no como un factor determinante para establecer la relación, pues lo que en realidad ellas valoran es que el individuo exprese liderazgo adicional. Sin embargo, aclara que aunque el factor genético es importante, la racionalización que ellas hacen de la persona con quien se encuentran también define la situación por lo que el hombre tendrá que esforzarse más (Jarrín, Santiago, 2013).

Sin embargo, ser alfa no es fácil, pues siempre hay el riesgo que aparezca otro individuo que intente competir, cuando aparentemente las cosas son estables. Por tanto, el hombre está obligado a prepararse y renovarse constantemente, sino quiere ser reemplazado, porque para este colectivo, todo es un proceso natural. Tal situación se produce por la personalidad de las mujeres, que según

Von Markovik, responde a un conflicto permanente entre sus deseos y motivaciones (Von, Markovik, Erik, 2000, pág. 32).

En Quito, es imposible asegurar que exista algún conglomerado humano que actúe bajo el instinto animal de manada, pues están presentes factores culturales de toda índole que determinan una relación de pareja. Pero la Tribu Alfa reivindica ese principio, y considera como su territorio a la ciudad, lugar donde el individuo tiene que demostrar ser un macho alfa o seductor para ser admirado por las mujeres y al mismo tiempo elegir a la que le convenga. Para ello, como lo dictan las Artes Venusianas, que en definitiva son un discurso de seducción femenina, cuyo contenido se detallará más adelante, cada miembro del grupo invade el ambiente donde se halla la mujer – objetivo, ya sea en un centro de estudios, discoteca, la calle, oficinas, entre otros lugares, acto que le da más valor social y por ende calificación positiva ante los ojos femeninos por lo audaz de la situación.

Los encuentros de la Tribu Alfa, se dan en un sitio privado, ubicado al norte de Quito, donde acuden hombres de diversas partes del país, con diferentes tendencias políticas o religiosas. Ahí las reuniones, se enriquecen con charlas entre sus integrantes, en las que primero se realiza un reconocimiento de la problemática que le impide a cada uno de los individuos alcanzar la meta de conquistar una mujer. Aquí se analizan las limitaciones existentes, sean éstas físicas, económicas y hasta psicológicas.

En segundo lugar, se hace una inducción con literatura proveniente de personajes considerados como los maestros de la seducción a nivel mundial, como por ejemplo, los españoles Mario Luna, David DeAngelo, los norteamericanos Neil Strauss, Ross Jeffries, el canadiense Erik Von Markovik, entre otros, quienes poseen la autoría de extensos manuales de seducción femenina, en los que se encuentran estrategias, según dicen, fundamentadas en estudios sociológicos, comunicacionales y psicológicos (www.tribualfa.com), como por ejemplo la sugestión, la hipnosis a menor escala, pero además se mencionan técnicas de programación neurolingüística, e incluso rutinas provenientes de actividades como el ilusionismo o la magia de entretenimiento.

La tercera etapa, en las charlas, es reconocer que la conquista depende de un excelente estado mental y una apropiada estrategia de comunicación. Prueba de ello es que las mujeres se sienten atraídas a cierto tipo de hombres y no necesariamente porque sean más atractivos físicamente o tengan un estatus económico elevado, sino porque son persuadidas mediante otros mecanismos discursivos. Con estas consideraciones preliminares y con material enlatado a manera de manual, los hombres están listos para salir a la vida real. Como se explicó en líneas anteriores, los miembros de la comunidad reciben su capacitación durante varias horas y salen a poner en práctica sus conocimientos en las calles, zonas y lugares de mayor concurrencia pública de la urbe, generalmente en las noches, lanzándose a la cacería de la mujer que ellos escojan. Es común encontrarlos en puntos estratégicos como la Plaza Foch, La Mariscal y centros comerciales del norte de la capital.

Por lo investigado se aprecia que, inicialmente, los nervios por emplear técnicas nunca antes conocidas juegan malas pasadas, pero en el transcurso de las prácticas se comprueba que un solo individuo concreta, en muy pocas horas y a veces en cuestión de minutos, varias relaciones en principio amistosas que se complementan con números telefónicos, correos electrónicos o direcciones en redes sociales. Esta actividad, le permite al individuo ganar experiencia y avanzar en una escala previamente diseñada, que implica, atraer a la mujer, crear confort o comodidad entre ambos, relacionarse más cercanamente con ella y como paso final, que queda a discreción, mantener relaciones sexuales, situación que tal como lo enseña el líder de la Tribu Alfa, se logra con el método sugerido, no en cuestión de días o meses, sino en unas pocas horas.

Ante todo esto, es necesario aclarar que la presente investigación de ninguna manera propone juicios de valor sobre la existencia y métodos de esta comunidad, exclusiva para hombres, pero sí visibiliza su presencia como un colectivo más dentro de la sociedad, que aplica un discurso específico para alcanzar sus objetivos, así como lo hacen otras agrupaciones. En definitiva, el hecho es que el discurso como tal posee su vigencia mientras que la Tribu Alfa y su activismo existen a pesar de las consideraciones morales. Al respecto, en su página electrónica se lee:

Aprender a ser más atractivo, saber cómo enamorar y seducir son cosas que las mujeres realmente aprecian en los hombres. Muchas al ser preguntadas acerca de si les gustaría un hombre que ha aprendido a seducir responden "¡En serio donde está quiero conocerlo!". No es inmoral, pues todo depende de ti, conócete a ti mismo, ten el control de esta faceta en tu vida, no temas a lo que pueda pasar y acepta el reto (www.tribualfa.com).

En el mismo sitio, se indican algunos aspectos para quienes quieren ser parte de la comunidad. Menciona que los nuevos miembros deben ser mayores de edad. Afirma que no existe ninguna relación con casas de citas o sitios similares, ni tampoco se usan drogas o sustancias prohibidas para conseguir sus objetivos. Sin embargo, al ser parte de una comunidad a nivel internacional, la Tribu Alfa se apropia de principios creados por los grandes maestros. Sobre este tema, como referente, uno de ellos, David DeAngelo, sostiene:

En cualquier caso, de ahora en adelante, no permitas que nadie o nada te haga sentir mal por tus deseos NATURALES y por sentirte atraído hacia las mujeres. Por supuesto, hablo de deseos y atracciones razonables. Si te atraen las menores de edad o te estimula pensar en hacer daño a las mujeres, entonces hazte un favor a ti mismo y busca ayuda. La necesitas. [...] Mi perspectiva actual es que dormir con diferentes mujeres no rompe ninguna ley del universo y hace ya tiempo que dejó de ser un drama ético para mí. [...] Mi experiencia me ha demostrado que a las mujeres les encanta escuchar a un hombre siendo franco sobre este asunto que tanta controversia suscita, en lugar de intentar ocultar sus ideas al respecto. [...] No hay nada de malo en ser un hombre. Si eres quien eres y no pides disculpas por ello, serás apreciado y tomado en serio; pero si tocas el tema solo tangencialmente y con precaución, como si estuvieras intentando ver cuál es su opinión al respecto para adecuar la tuya a la suya, entonces ella te verá como débil, inseguro y carente de criterio personal. La mayoría de mujeres te aceptará como eres, pero si intentas comportarte como alguien que no eres realmente y te descubren, entonces te perderán el respeto y serás condenado al ostracismo (DeAngelo, David, 2000, pág. 60).

2.1.1 Masculinidad y Feminidad

Para la Tribu Alfa el hombre está en la obligación de demostrar que es el líder de su grupo, lo que le lleva a estar por encima de aquellos que no se atreven a desarrollar la seducción. De su lado, la mujer que el seductor escoja ve en él la oportunidad para sobrevivir biológica y socialmente. Esta afirmación, que mira la construcción del hombre desde un hecho natural, provoca el debate acerca de la vigencia de los géneros desde un punto de vista social. Sin embargo, aunque ese no es el objetivo de este estudio, es bueno hacer brevemente algunos señalamientos a partir de las discusiones sobre masculinidad y feminidad.

Como se indicó en el capítulo anterior, Elisabeth Badinter explica que la masculinidad no está dada en el nacimiento, sino que es una cualidad que se la gana luego de pasar las pruebas que para ello impone una cultura. El hombre, a lo largo de su vida, se encuentra obligado a demostrar que no tiene nada de femenino, a pesar que es un aspecto con el que llega al mundo e incluso lo une a su madre. El objetivo del individuo, entonces, es alcanzar la etiqueta de “verdadero hombre” (Badinter, Elisabeth). Para esta pensadora, la supuesta supremacía masculina encuentra problemas

para ser demostrada, esto a pesar de ser abordada desde diferentes puntos de vista, que, de alguna manera, reconocen su superioridad y desde la cual se juzga a la mujer. Al respecto anota:

En la década de los ochenta surgen los “Mens Studies” que tratan de acabar con estos esquemas porque al enfatizar la categoría “hombre” como etiqueta de lo humano no se hace referencia al género masculino en particular. Se habla entonces de lo humano o de hombres sin género. Desde la perspectiva generada por estos estudios, hoy en día el macho es sólo una parte de la humanidad y la masculinidad un concepto relativo, puesto que sólo se define con respecto a la feminidad. La masculinidad, cualidad del hombre, es a la vez relativa y reactiva y en cuanto cambia la feminidad, se desestabiliza la masculinidad (Badinter, Elisabeth, 2011).

Según Badinter, hablar de género masculino y femenino es una situación que a la larga trae el riesgo de valorar a uno más que al otro. Esto se evidencia en las posturas de dos corrientes feministas. Por una parte están quienes aceptan la diferencia biológica existente entre hombres y mujeres, pero que intentan poner a lo femenino sobre lo masculino, y segundo, aquellas que niegan la existencia de diferencias para asimilar el comportamiento de las mujeres al modelo masculino. Al respecto, añade lo siguiente:

Los “Men studies”, rechazan la idea de una masculinidad única. Desde su perspectiva no existe un modelo masculino universal válido para todos los tiempos y todas latitudes. Más que una esencia es una ideología que tiende a justificar la dominación masculina. Esta cambia de forma en el tiempo, lo único que ha subsistido es el poder del hombre sobre la mujer. Pero cuando este poder se está desintegrando ¿Qué queda de la masculinidad? (Badinter, Elisabeth, 2011).

Para Alejandra López y Carlos Güida, especialistas en estudios de género de la Universidad de la República, de Uruguay, quienes recogen los estudios de Joan Scott (LOPEZ, GOMEZ, Alejandra, GUIDA, Carlos, 2000), los análisis sobre esta materia abarcan la construcción cultural de las diferencias sexuales, lo que permite plantear la teoría de género, que a su vez:

Pasa a ser una forma de denotar las construcciones culturales, la creación totalmente social de ideas sobre los roles apropiados para mujeres y hombres. Es una forma de referirse a los orígenes exclusivamente sociales de las identidades subjetivas de hombres y mujeres. Género es una categoría social impuesta sobre un cuerpo sexuado [...] El género es un elemento constitutivo de las relaciones sociales fundadas sobre las diferencias percibidas entre los sexos; y el género es un primer modo de dar significado a las relaciones de poder. [...] El género es un primer campo, a través del cual, en el seno del cual, o por medio del cual, el poder es articulado (LOPEZ, GOMEZ, Alejandra, GUIDA, Carlos, 2000).

LAS ARTES VENUSIANAS

2.2 Erik Von Markovik y las Artes Venusianas

Para Pierre Bourdieu, *“corresponde a los hombres, situados en el campo de lo exterior, de lo oficial, de lo público, del derecho, de lo seco, de lo alto, de lo discontinuo, realizar todos los actos a la vez breves, peligrosos y espectaculares”* (Bourdieu, Pierre, 2000, pág. 45). En el contexto de la Tribu Alfa, este principio se aplica porque son los hombres quienes están en la obligación de arriesgarse a comenzar la interacción con las mujeres, pero esto, solo luego de reconocer que ellas constituyen un mundo desconocido, cuyo desciframiento y conquista representa, como sugiere Baudrillard, (Baudrillard, Jean, 1981, pág. 14) un reto que debe ser aceptado, pero con la advertencia que los resultados obtenidos marcarán la vida del seductor, ya que no solo se somete a la crítica de quienes lo rodean sino también a la suya misma. Con esta presión, el hombre se ve forzado a triunfar y, para ayudarse en esto, la Tribu Alfa propone el uso de un discurso de seducción fundamentado en las Artes Venusianas.

Erik Von Markovik, conocido en las comunidades de seductores con el seudónimo de “Mystery”, es considerado como un referente sobre el tema a nivel internacional, además, es el fundador de la denominada Comunidad de la Seducción. Von Markovik es un ilusionista canadiense, quien mientras efectuaba shows de magia en lugares como Hollywood y Las Vegas durante los años 90 del siglo XX, desarrollaba sus técnicas de seducción e investigaciones referentes al comportamiento femenino, pero es a finales de esa década cuando aparece en las redes sociales, en un foro de seducción privado donde empieza a compartir sus conocimientos (DelBass, David).

Durante su trayectoria, en el año 2001 promociona por primera vez un taller para aprender a seducir mujeres y traslada las técnicas a bares y discotecas. Al curso se suman varios individuos, entre ellos otro gurú, “Style”, pseudónimo de Neil Strauss, escritor, periodista, editorialista de la revista Rolling Stone, del diario The New York Times y autor del libro “El Juego”, en el que revela públicamente la existencia de la Comunidad de Seducción, la cual fue secreta hasta ese momento (DelBass, David).

Von Markovik plasma sus conocimientos en varios libros, uno de ellos Las Artes Venusianas, los mismos que sirven como material didáctico para todas las comunidades de seducción que fueron apareciendo en el mundo, entre estas la Tribu Alfa, que a su vez, añade aportes realizados por otros gurús, pero además aclara que por razones culturales las técnicas tienen que ser modificadas o complementadas, esto porque las culturas varían según la región del mundo y por lo tanto, lo que funciona en España o Estados Unidos, no necesariamente dará resultados en Ecuador (Jarrín, Santiago, 2013).

Según Von Markovik, hay tres pasos que conforman las Artes Venusianas (Von, Markovik, Erik, 2000, pág. 63). Estos se subdividen en algunas estrategias, pero deben ser seguidos en forma ordenada y gradual, pues caso contrario llegaría el fracaso. Primero se desarrolla la fase de atracción, que se divide en técnicas para llegar a una mujer apropiadamente, generar el interés de ella y mantener dicho interés de forma prolongada. El segundo paso, es la creación del ambiente de confort, seguridad y romance, donde mediante el discurso se afecta los deseos y emociones de la mujer, quien a su vez experimenta una conexión que la lleva a seguir el juego. Finalmente, está la fase de seducción, que contempla técnicas preliminares para llegar a la relación sexual, pero sobre todo mecanismos que garantizan, que una vez decidido el acto, no haya marcha atrás ni sentimientos de remordimiento o culpa, y para eso se eliminan las resistencias de último momento. Según Von Markovik, el proceso se lo debe:

Hacer cuatro noches por semana durante cuatro horas cada noche. Es necesario realizar tres aproximaciones por hora con un lapso de veinte minutos por cada acercamiento. Esto suma doce contactos por noche, lo que equivale a cuarenta y ocho por semana y doscientos por mes. De esta manera, quien utilice las Artes Venusianas se habrá acercado a unas dos mil cuatrocientas mujeres al año (Von, Markovik, Erik, 2000, pág. 53).

Las Artes Venusianas incluyen instrucciones, rutinas y ejemplos prácticos de lo que el hombre tiene que hacer en determinadas situaciones. Se agregan diálogos armados previamente, que en definitiva equivalen a un manual, pues se enseña literalmente qué decir, cómo hacerlo y cómo responder apropiadamente para que la interacción comunicativa con la mujer se mantenga sin que ella pierda el interés y, al contrario, termine cautivada.

2.2.1 Consideraciones acerca de las mujeres

2.2.1.1 Las emociones

Desde el punto de vista biológico, Román Gubern hace una breve explicación acerca de la lógica en la que se produce el apareamiento humano:

La mujer tiene una vida reproductiva mucho más breve que el hombre y esto hace que un óvulo suyo sea mucho más valioso que el único espermatozoide que, compitiendo con millones de ellos, haya conseguido fecundarlo. La mujer produce un óvulo una vez al mes y, al quedar embarazada, su fertilidad queda cancelada durante nueve meses, una fracción sustancial de su vida reproductiva, mientras que el padre puede fecundar a otras mujeres durante ese periodo. De ahí deriva la práctica frecuente de la poligamia en muchas sociedades a lo largo de la historia y la percepción usual de que la poligamia es más aceptable y biológicamente funcional que la poliandria que se dio en algunas sociedades matriarcales (Gubern, Román, 2000, pág. 168).

Sin embargo, Erik Von Markovik añade a esto algo más y, expresa, que el género femenino es más selectivo que el masculino al empezar una relación y tener sexo, pues mientras para los hombres es un momento de placer, en cambio para las mujeres representa un mayor nivel de involucramiento, debido a que desde una perspectiva emocional, suponen que se juega su supervivencia porque si ellas quedan embarazadas pueden ocurrir dos situaciones (Von, Markovik, Erik, 2000, pág. 21). La primera, que el hombre se haga cargo, lo que significa bienestar y calidad de vida para ella y su descendencia. O la segunda, que al final quede abandonada, lo que rebajaría su valor social así como sus probabilidades de vivir apropiadamente en condiciones de aceptación sin que se la señale con adjetivos. Este análisis justifica los momentos de duda y temor que atraviesan antes de tener una relación sexual, así como aquella resistencia de último minuto, que representa *“una respuesta emocional pre-programada. Sus emociones están tan solo intentando hacer lo que es mejor para ella”* (Von, Markovik, Erik, 2000, pág. 21).

Las emociones acompañan a las mujeres durante toda su vida. Son interpretadas en las Artes Venusianas como circuitos que juzgan valores, crean motivaciones y tienen como fin mantener la existencia a través de la reproducción (Von, Markovik, Erik, 2000, pág. 32). Las emociones no necesariamente son coherentes unas con otras, por eso, aunque haya la sensación de felicidad al estar con alguien, al mismo tiempo habría un sentimiento de rechazo si se trata de una persona poco

atractiva física o sexualmente. Von Markovic afirma que *“sus variados deseos y motivaciones están en conflicto frecuentemente. Ella podría desear un hombre fuerte y alfa. Pero cuando consigue uno, podría intentar transformarlo en un hombre beta, poco a poco, como un instinto natural y yaciente. Si tienen éxito y lo doma, entonces se regocijará en su poder femenino pero a la misma vez le encontrará como resultado menos atractivo”* (Von, Markovik, Erik, 2000, pág. 32).

Este continuo conflicto evidencia, según las Artes Venusianas, que las mujeres no son felices totalmente, pero a la vez explica su comportamiento ante determinado estímulo, lo que representa el punto de partida para empezar la seducción, porque la clave es reconocer este hecho y con la práctica es posible controlar las emociones femeninas, a las que las Artes Venusianas comparan con un conjunto de interruptores: *“Si los interruptores correctos se activan, ella sentirá atracción y no tendrá elección acerca de esto. Similarmente, si los interruptores incorrectos se activan, ella perderá atracción y no tendrá elección con esto tampoco. Podría incluso sentirse decepcionada de que eso suceda”* (Von, Markovik, Erik, 2000, pág. 34).

Las emociones son decisivas en las mujeres, así como la lógica lo es en los hombres. Por eso durante la interacción comunicativa, de acuerdo a las Artes Venusianas, nunca hay que usar razonamientos lógicos como forma de llamar la atención, sino al contrario, maneras para introducir a las mujeres en niveles emocionales que las estimulen y las saquen de un estado de no receptividad. Las emociones que se provoquen en la mujer pueden ser curiosidad, fascinación, tristeza, felicidad, entre otras, y así, mientras más logre el hombre estimularla, más atractivo será para ella.

2.2.1.2 La importancia del valor social para la mujer

La imagen que una mujer proyecta es un aspecto muy importante en su vida. Su valor social o reputación ante los demás influye en su personalidad. Por eso, las mujeres prefieren las relaciones sentimentales que no traigan consecuencias sociales negativas, algo que se consigue con un hombre que entiende y practica la discreción en todos los aspectos de la relación. Von Markovik manifiesta que las mujeres poseen un mecanismo de alerta denominado “defensa anti puta” (Von, Markovik, Erik, 2000, pág. 40), cuyo fin es evitar que ella sea considerada como una mujer de bajo valor social con todas las consecuencias que esto representa. Cuando dicho mecanismo se activa, le hace sentirse incómoda en el momento que una relación avanza de forma demasiado rápida. Entonces

aparecen respuestas como “tengo novio”, teniéndolo o no. De acuerdo a las Artes Venusianas, es importante saber que durante una relación ella nunca hará nada que la haga sentir culpable y siempre activará sus defensas morales, o expresado en otras palabras, la moral como defensa de la reputación social. Al respecto el siguiente ejemplo:

Si le fueras a decir: “Hey, volvamos a mi casa y tengamos sexo”, te diría que no, incluso aunque quisiera decir que sí, porque diciendo sí la harías responsable de lo que está pasando, lo cual nunca hará. Pero si en lugar de eso tú fueras a decirle: “Hey, vamos a pararnos en mi casa de camino a la fiesta, tengo que enseñarte mis peces tropicales...” Bueno, ahora tiene una excusa para parar en tu casa y entonces –ups- tener sexo contigo. Una cosa lleva a otra...” (Von, Markovik, Erik, 2000, pág. 41).

2.2.1.3 Resistencia simbólica e intuición femenina

Aunque una mujer se sienta atraída por un hombre, nunca expresará de entrada sus sentimientos, precisamente para que su valoración social no se vea afectada. Sin embargo, pone en práctica otros recursos, como por ejemplo, la resistencia simbólica o lo que es lo mismo, resistirse un poco, para que el hombre avance sin que piense mal de ella. Sin embargo, las Artes Venusianas advierten que esto puede ser delicado, pues:

Un hombre demasiado agresivo podría mal interpretar toda la resistencia como si fuera meramente resistencia simbólica, y finalmente podría encontrarse acercándose a lo que es una violación. Mientras que un hombre que no sea lo suficientemente persistente se acobardará cada vez que ella se resista, cuando en muchos casos ella está secretamente esperando que él fuera un poco más convincente (Von, Markovik, Erik, 2000, pág. 42).

Pero a la resistencia simbólica se le añade la intuición femenina, que a la mujer le sirve para permanentemente estar atenta a lo que le dicen. Esto le ayuda a no equivocarse porque lo que requiere es seguridad. En este punto, empieza a poner pruebas consciente o inconscientemente, pero, sobre todo, toma en cuenta las respuestas masculinas a los estímulos. Es por eso que las mujeres ponen a prueba a sus novios todo el tiempo, si ellos son congruentes hay más atracción, caso contrario la relación se termina.

2.2.1.4 La importancia del ego en las mujeres

Según Von Markovik, *“las mujeres son como los niños en lo que se respecta... tienen que saber dónde están los límites”* (Von, Markovik, Erik, 2000, pág. 43). Con esta afirmación explica que las mujeres continuamente se dedican a probar y presionar para saber dónde están los límites de un hombre. Si los encuentran y notan una barrera que les impida cruzarlos, se sentirán más seguras, pero si por el contrario no hallan ninguna resistencia, seguirán imponiéndose hasta pasarlos. Esto, quiere decir, que una mujer nunca respetará a alguien a quien puede pasar por encima, y, aunque la personalidad del hombre la decepcione, es consciente que eso le sirve para aumentar la seguridad en su fuerza femenina, reconociéndose así como mucho más valiosa, *“podría incluso recompensar la sumisión de él con alguna afirmación positiva: Buen perrito”* (Von, Markovik, Erik, 2000, pág. 43). Esta situación aclara porqué las mujeres elevan su ego cuando los hombres se ponen a sus pies, ya sea por su belleza física u otras características. Aunque les gusta ser tratadas de manera excepcional y con halagos, eso no significa que se acostará con alguno de sus pretendientes, aunque les lance sonrisas o coqueteos, justamente porque los considera perdedores e insignificantes.

De acuerdo a las Artes Venusianas, cuando las mujeres acuden a lugares como discotecas, les agrada que los hombres les hagan cumplidos, inviten bebidas o se disputen por sacarlas a bailar, porque eso eleva sus niveles de ego. Así, mientras más deseadas se sienten, menos vale cada uno de esos hombres, ya que ellas están conscientes que se trata de seres necesitados y con los que nunca tendrían una relación, a menos que quieran aprovecharse de eso. Las Artes Venusianas (Von, Markovik, Erik, 2000, pág. 47) aclaran que evidenciar este comportamiento de ninguna manera implica desprestigiar a la mujer, sino que más bien, se trata de reconocer que al igual que los hombres, son seres humanos incapaces de poseer pureza y moralidad absoluta. Son personas con errores y virtudes y que al igual que los hombres, son capaces de usar cualquier tipo de manipulación. *“Podrían actuar celosas, tratar de ponerte a ti celoso, usar su sexualidad para ganar poder, provocar problemas, y frecuentemente no dudarán en dejarte por alguien más destacable, alguien con más estatus, más testosterona, más cocaína [...] Pero es parte del juego”* (Von, Markovik, Erik, 2000, pág. 47).

2.3 Los tres pasos de las Artes Venusianas

Las Artes Venusianas son un discurso, que de acuerdo a Von Markovik, debe aplicarse constantemente para mejorar las habilidades e intuición masculina, y así, con la experiencia, se logran respuestas para todo momento y ambiente en el que se encuentre un hombre. Además, *“los antiguos comportamientos sociales extraños pasan a ser claros. Las situaciones y las reacciones pueden ser predichas antes que sucedan. Esta poderosa intuición social, proveniente del tiempo en el campo, es conocida como calibración”* (Von, Markovik, Erik, 2000, pág. 53). Para Von Markovik, esta calibración junto con el aprendizaje de la teoría, permiten mejorar las interacciones comunicativas. Esto ayuda a eliminar los nervios o ansiedad durante la aproximación con las mujeres, asimismo, bloquea sentimientos negativos provocados por el rechazo u otras situaciones que afecten al hombre.

Las tres etapas que contienen las Artes Venusianas son: Atraer, crear confort y finalmente seducir, entendida esta última fase como la acción que prepara el camino para la relación sexual. Sin embargo, se advierte que la rigurosidad en el cumplimiento ordenado de estos pasos es imprescindible, porque usar solo uno, o saltarse alguno, provocaría equivocaciones. Al respecto, Von Markovik señala tres errores (Von, Markovik, Erik, 2000, pág. 64). El primero, seducir a una mujer sin antes atravesar las etapas de atracción y confort. Esto crea en ella emociones de incomodidad por la agresividad de la insinuación sexual, además provoca alejamiento aunque exista un atractivo físico, debido a que antes no hubo conocimiento previo o confianza. Si bien es cierto que hay ocasiones en que es fácil llegar a la relación sexual, esto se debe a otros factores externos que afectan la personalidad de una mujer, como por ejemplo, que haya usado algún tipo de droga, o simplemente porque ella no posee suficiente experiencia en interrelaciones sociales.

El segundo error se da cuando al contrario del anterior, se crea demasiado confort o amabilidad sin antes generar atracción. Aquello se evidencia cuando una mujer es abordada por varios hombres que usan el mismo discurso, que por lo tanto, resulta aburrido. Si antes no existe atracción, ella pondrá un escudo protector que la aleje de diálogos que no le interesan. Además, de acuerdo a Von Markovik, el hecho que un hombre se acerque y sea agradable ya es entendido por la mujer como que busca algo más, incluso sexualmente. Es por eso que aunque en principio acepte que se le acerquen, paulatinamente ofrecerá resistencia porque no hay algo que la atraiga verdaderamente como para centrar su atención.

La tercera equivocación radica en producir atracción pero apresurarse a seducir sin establecer antes confort. Esto hace que se vaya la atención de la mujer porque el hombre no justifica la relación sin algo que vaya más allá de lo físico, por tanto, ella rechaza que se lleven las cosas lejos demasiado pronto sin siquiera haber un ambiente apropiado. Según Markovik, la clave es permanecer en la fase de confort un tiempo prudencial, pues así se evita lo que en las Artes Venusianas se denomina “remordimiento del comprador” (Von, Markovik, Erik, 2000, pág. 74), un estado en el que las mujeres pueden sentir atracción, ser presionadas, incluso llevadas al acto sexual, pero luego, al satisfacer su atracción o excitación, empiezan a arrepentirse de sus acciones, lo que les obliga a poner un escudo protector para evitar que su valor social sea menospreciado.

Von Markovik señala que los juegos preliminares al sexo se dan en la fase de seducción y en un ambiente de confort apropiado y privado. Sugiere que si esto se presenta antes, en relaciones fugaces, lo mejor es hacerse a un lado, lo cual resulta muy difícil y en esto radica el control que sobre sí tiene que alcanzar el seductor, porque si no lo hace, corre el riesgo de que a pesar de lograr un momento de pasión, también se produzcan sentimientos de remordimiento. Por eso recomienda hacerse la siguiente pregunta para salir del problema: “¿Quiero una noche de caricias o incontables noches de sexo?” (Von, Markovik, Erik, 2000, pág. 71).

2.3.1 La Atracción

Según las Artes Venusianas, el primer paso para avanzar en el camino de la seducción es atraer. Es decir, construir una imagen irresistible para las mujeres, apelando a sus emociones, sin olvidar que mientras los hombres son encantados generalmente por los atractivos físicos, ellas en cambio, se mueven por otras consideraciones más allá de la apariencia, pues realizan una preselección. Von Markovik asevera: “Si una mujer considera que un hombre es atractivo para otras mujeres, sentirá atracción instantánea hacia él. Ponte en el bar solo y no serás tan atractivo como si tuvieras dos mujeres abrazadas en tus brazos” (Von, Markovik, Erik, 2000, pág. 61).

Lo citado significa que para atraer a una mujer, hay que hacerle notar que un individuo es interesante para las demás. Es por eso que cuando una chica se percata que su novio tiene marcas como pinturas o perfumes de otras mujeres, automáticamente se afectan sus emociones, lo que genera celos u otro tipo de sentimientos, que más allá de un conflicto, equivalen a establecer en ella ansiedad por defender su territorio o lo que considera suyo, en este caso a su pareja. Si las

emociones equivalen a una especie de interruptores, el secreto es saber cuáles son y en qué momento encenderlos (Von, Markovik, Erik, 2000, pág. 61).

Luego de la apariencia física, los mecanismos para construir atracción son varios. La forma de vestir, el “pavonearse”, término explicado anteriormente, son algunos, pero lo principal es proyectar un gran valor social, es decir, demostrar una fuerte y agradable personalidad al momento de acercarse a una mujer, utilizar el humor y la “regla de los tres segundos” (Von, Markovik, Erik, 2000, pág. 89), técnica que presiona al hombre a decidirse en ese tiempo a acercarse y abrir el diálogo, ya que ese corto lapso sirve para bloquear el nerviosismo.

Una vez que el hombre se acerca, la forma de llamar la atención es lucir interesante, no necesitado, porque la meta es desarmar el escudo protector que poseen las mujeres. El camino es demostrar que el acercamiento no es para seducirla y eso se logra al expresar cosas que un hombre interesado nunca diría. Aquí existen dos estrategias: Los “Negs”, frases que demuestran arrogancia, buen humor y diversión, sirven para desarmar el ego elevado que poseen las mujeres, y los “openers”, rutinas enlatadas para empezar un diálogo envolvente.

En el primer caso, cuando una chica sabe que por su belleza todos los hombres se ponen a sus pies y escucha los mismos discursos una y otra vez, le resulta intrigante alguien que en vez de hacerle cumplidos la trate como alguien nada excepcional, sin que eso llegue al insulto. Por ejemplo, si ella presume su peinado o su ropa alguien común le diría “estas hermosa”, es decir, lo mismo de siempre, pero preguntarle: ¿Es eso un peinado?, o comentarle “me parece que sin esos zapatos no eres muy alta”, son frases que la desconciertan porque no comprende cómo mientras para el resto ella resulta irresistible, para un cierto individuo sus encantos no funcionan, lo que la lleva a perder el control de la situación. Para Von Markovik:

Con tres negs, habrás creado el suficiente interés (curiosidad) y la habrás bajado del pedestal (removiste su escudo protector). Tú fuiste gracioso, tienes una sonrisa, la has desenmascarado, tú eres confiable y todo lo que ella quiere de un hombre [...] y cuando ella te pida que le compres un trago dices: No compro tragos a las chicas, pero tú sí puedes comprarme uno. A hora la estás calificando, y si ella te compra un trago es símbolo de respeto hacia ti (Von, Markovik, Erik, 2000, pág. 113).

Los “negs” no solo rompen el escudo protector, además, construyen en la mujer la necesidad de ser aceptada y aprobada por quien no cedió a sus encantos. La meta no es hacer cumplidos sino recibirlos. Von Markovik, explica que hay tres tipos de Negs (Von, Markovik, Erik, 2000, pág. 116). Primero, aquellos que son una declaración de desinterés y se dirigen a la mujer para expresar que no se la considera una opción sexual o romántica. Segundo, los que se expresan mediante una actitud arrogante y juguetona para molestarla y estimular sus emociones, y, finalmente, aquellos que sirven para que se mantenga pendiente de generar una buena o mala impresión en el hombre.

La segunda estrategia son los “openers”. Material enlatado, rutinas, frases elaboradas para diferentes ocasiones, historias. Su finalidad es llamar la atención y servir como pretexto para empezar el diálogo con personas desconocidas sin que lleguen a incomodarse. Los openers son temas de conversación interesantes, dan la oportunidad de entablar pláticas extensas. El objetivo es que mientras el diálogo se realiza, el seductor va apropiándose progresivamente de la situación y hace que las mujeres participen activamente en la interacción comunicativa, lo cual cimienta la atracción. A continuación un ejemplo de opener en un grupo de mujeres que con variantes es aplicable para una sola:

Hey chicas, estamos haciendo una encuesta... ¿Ustedes saldrían con alguien que aun sigue siendo amigo de su ex novia?
-(Las chicas platican por un rato, luego les corto la plática).
Ok solo tengo un minuto más... actualmente es una pregunta de dos partes... Mi amigo X ha estado saliendo con esta chica por un par de meses. Pero él sigue la amistad con su amiga del colegio. ¿Qué piensan ustedes de esto?
-(Las chicas platican por un rato, luego les corto la plática de nuevo).
Bueno él sigue platicando por teléfono con ella, y aún tiene esta caja de zapatos con cartas, fotos... chicas, ¿qué piensan ustedes de esto?
-(Las chicas platican por un rato, luego les corto la plática de nuevo).
Bueno, ahí les va esto, ella le dijo que él necesita dejar de hablar con la chica y él necesita quemar esa caja.
-(Las chicas hablan excitadamente acerca del tema, luego les corto la plática de nuevo).
Hey, véanse, esto es como estar en el Show de Cristina.
-Pasar a la siguiente rutina (Von, Markovik, Erik, 2000, pág. 96).

Von Markovik advierte que utilizar rutinas como esta significa no expresar ningún tipo de interés por alguna de las mujeres si son parte de un grupo, tampoco hay que ser grosero o dar a notar que se las ve como opciones sexuales. Solo se trata de preguntas indirectas cuya finalidad es generar atracción y demostrar un alto valor social. Esto es útil para irrumpir en ambientes mixtos, pues aunque las mujeres estén acompañadas por otros hombres, incentivar diálogos como estos hace que

todos participen. Así, a pesar de la presencia de los otros individuos, sean amigos, novios, etc., se logra captar la atención porque se aísla la influencia de los demás ya que se demuestra una imagen de liderazgo al involucrar a todos en la interacción. . A esto se agrega el manejo de lo que en las Artes Venusianas se denomina “el falso tiempo forzado” (Von, Markovik, Erik, 2000, pág. 103), frases al estilo: Puedo estar solamente un minuto, tengo que irme con mis amigos, no puedo quedarme mucho tiempo, etc., las cuales se aplican luego de emplear las primeras frases interesantes que sirvieron para llamar la atención. Al respecto, Von Markovik explica:

Después de que le entregues las primeras pocas palabras de tu apertura, usa un falso tiempo forzado. Entonces una vez que alcances el Punto de Enganche, trata de dar otro falso tiempo forzado ¿Por qué? Porque el escenario ha decidido que quieren que tú te quedes. Un falso tiempo forzado en este momento creará un temor de pérdida. Así que comienza el ciclo de hostigar al verdadero objetivo a perseguir (Von, Markovik, Erik, 2000, pág. 103).

2.3.2 El Confort

El confort, o sensación de comodidad que se construye dentro de una relación, es el paso más importante de acuerdo a las Artes Venusianas. La etapa de atracción dura unos 5 o 10 minutos, tiempo suficiente para introducir en la interacción comunicativa un ambiente de confianza. Para esto, las conversaciones divertidas, acerca de temas interesantes, son una buena herramienta, ya que la falta de motivaciones es lo que provoca que las mujeres no vuelvan a interesarse en alguien. El objetivo de entablar diálogos entretenidos es provocar en ella, posteriormente, el recuerdo de lo cómoda que se sintió junto a cierto individuo, lo que la lleva a buscarlo para repetir la experiencia (Von, Markovik, Erik, 2000, pág. 173).

La condición de las pláticas entretenidas es que al practicarlas suenen genuinas y den la impresión de que existe una conexión entre los sujetos. De esta manera, la mujer adquiere una posición menos esquiva y permite que la otra persona se involucre en su vida, debido a que se trata de alguien agradable, que la entiende, simpatiza con ella, pero además le cae bien a su grupo social. Al respecto, Von Markovik advierte que mantenerse mucho tiempo en esta fase es riesgoso, por lo que amerita aplicar otras estrategias si se quiere avanzar. Si en la atracción un hombre estaba dispuesto a asimilar chistes, pero al mismo tiempo se burlaba amablemente de una mujer para que esta no eleve su nivel de ego, aquí en cambio, la confianza establecida permite que se hagan otras cosas como dejarla en “shock” para escarmentarla.

El shock, según las Artes Venusianas, es entendido como el mecanismo para castigar a la mujer simbólicamente cuando hace algo que se considere fuera de lugar. Esto le hace notar que está equivocada si piensa que controla el contexto, pero sobre todo, le enseña que no puede burlarse de su interlocutor, quien salió de la fase de atracción y ahora usa juegos más avanzados. Una forma de reprenderla es quedarse en silencio durante la conversación, así, cuando ella pregunte ¿qué está mal?, decir “nada” o seguir callado, lo que sugiere una serie de interpretaciones.

Así que los shocks son una forma de entrenarla. Puedes utilizar la incomodidad escasamente para enseñarle que el ser lindo para ti significa confort y diversión. Cuando el tiempo llega para generar confort, es ineficaz continuar siendo engreído y burlón. La dinámica castigo/recompensa se debe utilizar en este momento. Esta fase es también tu oportunidad para demostrarle que eres capaz de hacer situaciones incómodas a cómodas de nuevo (Von, Markovik, Erik, 2000, pág. 174).

Hacerla sentir mal o incómoda no representa ninguna grosería, sino más bien el momento para debilitar aún más su ego, lo que le obliga a hacer mejor las cosas para salir del percance y ser gratificada con un cumplido o cualquier otro tipo de recompensa. Von Markovik sugiere usar varios negs, y cita un ejemplo de cómo hacerlo: *“Cuando estés sentado hombro con hombro con tu objetivo, inclínate, huele su cabello y di: Hueles tan bien, estoy luchando contra la idea de besarte ahora... Entonces empújale y dile apártate”* (Von, Markovik, Erik, 2000, pág. 175).

Esta rutina demuestra que inicialmente, al acercarse a oler el cabello de la mujer, el hombre le demuestra interés pero no es impulsivo. Esto lo confirma cuando se aleja repentinamente, pero en cambio, en la mujer queda la impresión que algo hizo mal, lo que provocó tal actitud. Tal situación la pone incómoda, por lo que al tratar de enmendar la equivocación, es ella quien ahora busca de nuevo el acercamiento. En ese momento el hombre aparenta ceder, se acerca y la besa, lo que significa recompensar su buena conducta, que es parte del proceso de castigo recompensa.

Otra de las técnicas de la fase de confort, es el “kino”, que según Von Markovik, equivale a un término utilizado en la Programación Neuro Lingüística. *“Es una abreviatura para cinestésico, que se refiere al sentido de tocar (ser tocado). Cuando los artistas venusianos hablan de kino, ellos se refieren al toque físico de cualquier clase”* (Von, Markovik, Erik, 2000, pág. 156).

El kino, que corresponde a la actividad de acariciar, se aplica en forma sutil y gradual para evitar malos entendidos. Para Von Markovik, un error en las interrelaciones con mujeres radica en que el hombre piensa que la finalidad es llegar al beso, lo cual, si es prematuro, puede resultar contraproducente porque no existe suficiente confort. Por eso, recomienda proceder a tocar a la mujer discretamente, con ciertos pretextos, pero también estar dispuesto a ser tocado, lo que posteriormente sirve para justificar caricias más íntimas. Sin embargo, aclara que lo importante no es el contacto físico en sí, sino más bien la energía que se transmite y el ambiente en que se lo hace.

Algunas formas de kino son tomar a la mujer del brazo, caricias en la cara, abrazos casuales o sujetarle las manos. El objetivo es que ella se vaya acostumbrando al contacto con el otro, pues consigue un sentimiento agradable. Esto se logra poco a poco, con rutinas como leer las líneas de la mano, juegos de pulgares, entre otras que requieran del roce físico en cualquier sentido. Además, la clave en el kino es que los toques sean fugaces para que no se mal interpreten, pero al mismo tiempo generen ambientes de tensión. Por ejemplo, al tomarla de las manos quedarse en silencio y luego soltarlas. Como se indicó anteriormente, este rechazo o resistencia masculina crea intriga en la mujer, quien está acostumbrada a que un hombre no la suelte porque cree que eso es una suerte para él, e inmediatamente provoca ella busque otra vez ser aceptada, de tal modo que será ella quien ahora empiece los contactos físicos. De esta manera, regresa la técnica de castigo y recompensa.

2.3.3 La Seducción como el acercamiento sexual

El paso final en el proceso para conquistar a una mujer, según las Artes Venusianas, es la seducción, entendida ésta, como la acción donde se crea el ambiente adecuado para la consumación del acto sexual. Esta etapa es posible luego que en la fase de confort se logró romper totalmente cualquier impedimento para que la mujer acceda al contacto físico. En las Artes Venusianas, se considera que el lapso entre la fase de atracción y el momento de tener relaciones sexuales es de siete horas (Von, Markovik, Erik, 2000, pág. 198), las mismas que no necesariamente son seguidas sino acumulativas, aunque se aclara que la mayor parte de ese tiempo se emplea en generar confort.

Aquí, el beso, en cuanto a su intensidad, es el instrumento que sirve para calibrar y evaluar la forma en que la seducción se efectúa, y de ser el caso, mejorar las técnicas para lograr convencer a la mujer que acepte el contacto íntimo. A juicio de Von Markovik, el hombre solo puede besar

cuando la mujer le exprese tres indicadores de interés. Por ejemplo, cuando es ella quien empieza los contactos físicos bajo cualquier circunstancia, se ríe de ciertas situaciones provocadas, presenta determinadas posiciones gestuales, etc. Sin embargo, en principio los besos son inofensivos, pues se dan en las mejillas, manos, pero progresivamente avanzan a otros lados como cuello o labios.

Asimismo, explica que los besos tienen que aparecer desde los primeros 20 minutos en que arranca la creación del confort, pero luego de un manejo apropiado las emociones femeninas, pues hay que considerar que no siempre una mujer está dispuesta a ser besada debido a diversos factores, pero principalmente, por la incomodidad del ambiente en que la pareja se encuentre. Para solucionar esto, en las Artes Venusianas constan dos técnicas que tienen por objetivo transformar el contexto, de uno común a otro más favorable para que la relación sexual se produzca sin molestias ni interrupciones (Von, Markovik, Erik, 2000, pág. 203). La primera técnica es despedirse de la mujer quien previamente está en el área de confort. Sin embargo, la despedida no es real, porque más bien se trata de una invitación para cambiar de ambiente con demasiadas distracciones y que la mujer siga al hombre a donde él quiere. Aquí se usan frases como: “Tengo hambre y necesito encontrar algo, acompáñame”, “vamos a ese sitio para sentarnos y conversar más tranquilamente”, “tengo que irme, pero si quieres puedes acompañarme”, etc.

La segunda técnica es armar un “puente del tiempo” (Von, Markovik, Erik, 2000, pág. 204). Es decir, un espacio para dejar la interacción y retomarla en un momento más adecuado. Aquí se intercambian números telefónicos, correos electrónicos, etc. El principio es que surge el deseo de volver a ver a una persona tras el alejamiento, pero para que esto suceda se requiere de motivos de interés que motiven el reencuentro y al igual que la estrategia anterior, se citan frases como por ejemplo: “Voy a ver un show de magia el viernes. Me gustaría que vinieras. Intercambiemos números” (Von, Markovik, Erik, 2000, pág. 204). La meta es comprometer a la mujer, mediante ofrecimientos interesantes sin que sean engaños, a acudir a algún lugar que difícilmente rechazará. Sin embargo, conseguir números telefónicos no representa nada seguro, pues si la mujer decide no volver a contestar, se debe a que no hubo suficiente motivación que justifique otro acercamiento futuro. *“Si tienes el suficiente confort con ella, la puedes ver en algún lugar sin haber intercambiado números y ella estará ahí. Pero si no generaste demasiado, el número no servirá”* (Von, Markovik, Erik, 2000, pág. 206). En cuanto a los números telefónicos, el secreto es llamar pero no ser intenso, la técnica es llamar después de haberlos conseguido, platicar unos minutos y colgar. Von Markovik dice:

Llámalas al día siguiente o a los dos días, habla poco tiempo y vuelve a despedirte rápidamente. De esta manera parece no necesitado y además le estas condicionando a aceptarte como parte normal de su vida. No como el chico del bar, no como una fantasía de discoteca de la noche del sábado pasado, sino como una persona real que forma parte normal de su vida (Von, Markovik, Erik, 2000, pág. 208).

Según Von Markovik, concertar la siguiente cita representa la oportunidad para que la mujer acuda a un lugar apropiado para la intimidad, marcado por la privacidad, donde el hombre tenga el control total y no haya interrupciones. Sin embargo, aquí se enfrenta al frecuente obstáculo que es la resistencia de último minuto que la mujer pone, que como se señaló anteriormente, se presenta por el análisis que ella hace en torno a su seguridad. Al respecto, plantea dos formas para pasar esta resistencia.

Primero, el hombre debe anticiparse y producir una resistencia simbólica (Von, Markovik, Erik, 2000, pág. 216), con frases como: “Deberíamos parar...” Esto produce en la mujer la idea de que su pareja ha racionalizado el asunto y al decir eso trata que ella no haga algo que no quiere. Sin embargo, el efecto es al revés, porque si existe la suficiente excitación la mujer no permitirá que las cosas queden ahí, pero en caso que sea ella quien diga la frase, es mejor estar de acuerdo y no obligarla porque tener sexo es un gran riesgo sobre todo para el género femenino porque su valor social está en riesgo. Además, si se formó con antelación una imagen alfa y el juego fue sólido, entonces la resistencia de último minuto es superable, aunque si no es así, hay que volver a revisar cada una de las etapas para examinar dónde estuvo el error.

En segundo lugar, si la mujer mantiene la firmeza de no acceder al contacto sexual, es preciso recordar dos cosas: Por una parte nunca va a hacer algo de lo que se sienta responsable aunque lo quiera y por otro lado, el hecho que haya llegado hasta este punto revela que sus emociones fueron bien estimuladas pero se resiste porque busca coherencia entre sus deseos y las consecuencias. En este caso, hay que abandonar suavemente el intento (Von, Markovik, Erik, 2000, pág. 217), generar más confort, hacer una pausa, invitarla a realizar otras actividades como por ejemplo ver la televisión o escuchar música, pero nunca mostrarse afectado o enojado por la situación, sino al contrario, más entusiasta, porque ello demuestra mayor valor social en el hombre y la mujer interpreta aquello como la señal de que para su pareja el sexo no es lo importante. Bajo este ambiente, luego de varios minutos hay que persistir en el intento, pues si no se lo hace, ella puede decepcionarse, ya que ambos llegaron hasta aquí conscientes de lo que sucederá y por costumbre social, es en estos momentos donde el hombre debe mostrar su masculinidad.

CAPITULO III

METODOLOGÍA

La metodología utilizada en la presente investigación es de tipo cuali – cuantitativa. El objetivo fue conseguir directamente de la población estudiada puntos de vista de ambos lados acerca del discurso de la seducción femenina o Artes Venusianas. Por una parte, con el estudio cualitativo se buscó la versión de quienes utilizan el discurso, es decir, los entendidos en la seducción, y, por otro, mediante el análisis cuantitativo, se quiso hallar la opinión de las mujeres, que es el grupo al que se dirigen las técnicas de las Artes Venusianas. Además, el fundamento teórico se obtuvo de libros físicos y digitales, además de otras fuentes de consulta.

3.1 Estudio cualitativo:

3.1.1 Muestra poblacional

La población de estudio está conformada por una muestra intencionalmente seleccionada, integrada por informantes calificados, escogidos por su grado de conocimiento sobre las Artes Venusianas y su utilización. Ellos son: Erick Von Markovik, canadiense radicado en Estados Unidos, creador de las Artes Venusianas y referente para las comunidades de seducción a nivel internacional. Mario Luna, español, considerado uno de los gurús de la seducción más importantes. Escritor de libros sobre esta temática, uno de ellos, el Sex Code, texto traducido a varios idiomas, en el que se plasman técnicas para seducir mujeres. Santiago Jarrín, ecuatoriano, líder de la Tribu Alfa de la ciudad de Quito, única agrupación masculina en todo el país donde se capacita hombres en las técnicas de seducción femenina.

3.1.2 Técnica e instrumento

Aplicación de una entrevista semi estructurada, que permite identificar a fondo el grado de conocimiento que los individuos investigados poseen sobre el discurso de la seducción femenina o Artes Venusianas, sus principios y elementos a considerarse para seducir mujeres. El instrumento utilizado fue un cuestionario compuesto de nueve preguntas.

3.1.3 Procedimiento para la recolección de información:

- a) Selección de la población de estudio. Las personas a quien se investigó, fueron como se explicó líneas antes, a Erik Von Markovik, Mario Luna y Santiago Jarrín.
- b) Elaboración del cuestionario con nueve preguntas. Temas tratados: Artes Venusianas, seducción femenina, fundamentos teóricos de las Artes Venusianas, comportamiento femenino, formas de comunicación de hombres y mujeres, elementos discursivos que determinan la seducción femenina, pasos para seducir mujeres, efectividad de las Artes Venusianas.
- c) Debido a la dificultad para contactarse con los dos primeros personajes porque se encuentran en otros países, se procedió a revisar textos y escoger entrevistas que ellos han ofrecido a medios de comunicación en España y Estados Unidos, donde abordan los temas planteados en el cuestionario. Asimismo, se buscó videos de sus charlas subidos al portal Youtube, en los que se refieren a la temática en cuestión.
- d) Selección y clasificación de los testimonios de Erik Von Markovik y Mario Luna de acuerdo a cada pregunta del cuestionario.
- e) En cuanto al líder de la Tribu Alfa, Santiago Jarrín, por encontrarse en la ciudad de Quito, la entrevista fue carácter personal. Su localización se realizó a través de la red social Facebook. La invitación fue aceptada para el 28 de marzo del 2013.
- f) Grabación y aplicación de la entrevista a Santiago Jarrín en la cabina de producción de Radio Visión.
- g) Procesamiento de las respuestas obtenidas de todos los consultados.

3.2 Estudio cuantitativo:

3.2.1 Muestra poblacional

La segunda parte de esta investigación, corresponde a un estudio cuantitativo. Aquí se tomó una muestra matemática, estadística y geográficamente seleccionada. Dicha muestra está compuesta por mujeres, que es el público objetivo al que se dirigen las Artes Venusianas. De este grupo se busca su opinión ante aspectos principales contenidos en dicho discurso. Las mujeres consultadas pertenecen a la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Central del Ecuador. Esta selección se hizo debido a la facilidad logística que permite la realización del presente estudio, su entendimiento en aspectos sobre comunicación y porque de acuerdo al personal de esa universidad, es una de las facultades con mayor número de mujeres estudiantes.

Para determinar la muestra se aplica una fórmula, matemática y estadísticamente validada, con un margen de error del 5%. De acuerdo al departamento de informática de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Central del Ecuador, la población de alumnos matriculados en el ciclo 2012-2013 es de 941 miembros. Al no tener el dato exacto sobre la cantidad de alumnos hombres y de estudiantes mujeres, se efectuó una relación a partir del último Censo de Población realizado en el país en el año 2010, en el cantón Quito, provincia de Pichincha. Aquí se indica que el 51% de la población la conforman mujeres. Con este antecedente, se calculó que de la población correspondiente a 941 personas 480 son mujeres y 461 hombres. De esta cifra, es decir, de 480, se obtuvo la muestra correspondiente mediante la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N}{(E)^2 (N-1) + 1}$$

En donde:

n= Número de la muestra que se desea determinar.

N= Población total, en este caso, 480 mujeres.

E= Porcentaje de error de muestreo: 5% o 0.05

480

$$n = \frac{480}{(0.05)^2 (480-1) + 1}$$

$$n = \frac{480}{(0.0025) (479) + 1}$$

480

$$n = \frac{480}{(1,1975) + 1}$$

$$n = \frac{480}{2,1975}$$

480

$$n = \frac{480}{2,1975}$$

$$n = 218,43$$

480

$$n = 218,43$$

2,1975

n = 218,43 Número de encuestas a realizarse: 218

3.2.2 Técnica e instrumento

Aplicación de una encuesta que permita conocer qué opinión tienen las mujeres ante la existencia de un discurso de la seducción, la Tribu Alfa, así como de ciertos aspectos principales contenidos en dicho discurso. El instrumento es una encuesta estructurada con preguntas cerradas y de multi opción.

3.2.3 Procedimiento para la recolección de datos:

- a) Selección de temas que constarán en el cuestionario.
- b) Elaboración del cuestionario
- c) Reproducción de la cantidad suficiente de cuestionarios de acuerdo a la muestra determinada.
- d) Visita a la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Central del Ecuador entre los días 1 y 5 de marzo del 2013.
- e) Se pidió la colaboración de algunos profesores para que permitan al investigador realizar la encuesta en las aulas donde ellos imparten cátedra.
- f) Aplicación de la encuesta en el patio, bar, biblioteca, pasillos y aulas de la institución.
- g) Una vez completadas las encuestas, se procedió a la tabulación de resultados porcentuales para cada pregunta de la encuesta.

3.3 Resultados del estudio cualitativo

1.- Usted es considerado dentro de la comunidad de seductores como un referente importante. Con esa autoridad, explíquenos: ¿Qué son las Artes Venusianas y cómo entiende usted la seducción femenina?

Según Erik Von Markovik, así como las Artes Marciales tienen relación con el dios romano de la guerra, Marte, y sirven para la autodefensa, por ende, para sobrevivir, las Artes Venusianas deben su nombre a la diosa del amor Venus. Su objetivo es expresar el arte de amar y comenzar una relación con otra persona desconocida con el fin de buscar la reproducción. Von Markovik, califica de artistas venusianos a aquellos que practican las técnicas que les permiten conquistar mujeres (Von, Markovik, Erik, 2000, pág. 15) .

Para él, si las Artes Marciales requieren tiempo y preparación, lo mismo sucede con las Artes Venusianas, pues el objetivo es elaborar un buen plan que sirva para garantizar la reproducción y evitar que un individuo se quede sin descendencia. A juicio de Von Markovik, las Artes Venusianas, a las que llama también Método Mystery, son un conjunto de reglas que se debe seguir para seducir a una mujer. La seducción, para él, es un paso más, no un objetivo en sí, debido a que el individuo debe centrarse primero en la atracción para posteriormente avanzar a la seducción (entendida como el desarrollo de la relación sexual) desde su inicio, con juegos previos, pasando por el clímax, para finalmente crear el sentimiento de no remordimiento y bienestar en la mujer. Von Markovik compara a la seducción femenina con un video juego, en donde el hombre avanza por un camino saltando obstáculos para alcanzar la meta (Von, Markovik, Erik, 2012). Ahí, aunque muera, tiene la capacidad de regresar a seguir por la ruta, pero ahora con la experiencia para no caer en los mismos errores si quiere llegar al final y obtener el premio de la jugada.

De acuerdo a Mario Luna, las Artes Venusianas son una base que permite la construcción de un modelo que sirve para identificar las cosas que desean las mujeres de un hombre y de allí se elaboran las técnicas apropiadas de seducción (Luna, Mario, 2012). Son un mecanismo que le permite al hombre salir de su estado de pasividad, para adquirir un nuevo estilo de vida, porque aprende a ser más atractivo, pues domina las artes del amor, en cuya esencia se sostiene la posibilidad de conquistar a cualquier mujer, sin importar de quien se trate.

Según Luna, las Artes Venusianas parten de la idea que las mujeres por razones vinculadas a la naturaleza, seleccionan al individuo más adecuado para ser su pareja, es decir, un hombre alfa o dominante, que les garantice protección y supervivencia para ellas y sus hijos (Luna, Mario, 2012). Por esta razón, la mejor manera de seducir a una mujer, es proyectar esa imagen de hombre alfa y para eso se usan recursos amparados en áreas como la psicología, la programación neurolingüística, entre otras. Para Mario Luna, la seducción no se enfoca en el sentido de engañar para que alguien haga lo que otra persona quiere, sino más bien, como un momento de atracción donde se le brinda a la mujer la posibilidad de conocer a un hombre diferente a los demás.

Santiago Jarrín, considera a las Artes Venusinas como un método, que si bien es cierto funciona como base para todo un conjunto de técnicas de seducción, fue modificado para aplicarlo en la realidad ecuatoriana. El afirma haber “tropicalizado” (Jarrín, Santiago, 2013) el sistema para adaptarlo a la forma de ser de las mujeres latinas, quienes se diferencian de las norteamericanas o españolas por cuestiones culturales. De acuerdo a Jarrín, los cambios fueron necesarios porque las Artes Venusinas, como tal, son un manual frío, que enseña técnicas que no toman en cuenta que los hombres son distintos y no siempre están dispuestos a aplicar estrategias sin antes racionalizarlas de acuerdo a sus creencias, estado de ánimo o situación psicológica, emocional, entre otros aspectos.

A juicio de Jarrín, gurús como Mario Luna se rigen demasiado a lo que dicen las Artes Venusianas y no caen en cuenta que un hombre, al usar las técnicas del manual, puede ser exitoso con las mujeres, pero, a corto plazo, podría fracasar porque no es él mismo, es decir, corre el riesgo de convertirse en un repetidor de técnicas sin crear insumos de su propia iniciativa. Por eso, advierte, es preciso un acercamiento mucho más profundo a la psicología propia y no quedarse solo en la lectura de un manual. En cuanto a la seducción, Jarrín la define como “la acción de no solo conquistar a la mujer que el hombre quiere, sino como el hecho de volverse atractivo e interesante para todas, sin dedicarse exclusivamente a una” (Jarrín, Santiago, 2013).

2.- Según quienes aplican la seducción femenina, ésta es una ciencia que favorece la interacción comunicativa entre un hombre y una mujer. Al respecto, ¿qué tipo de estudios o antecedentes teóricos fundamentan las tesis de las Artes Venusianas y cómo intervienen en la construcción de su discurso?

Para Mario Luna, la seducción femenina es una ciencia porque posee un método y sus resultados son comprobables en el terreno de juego, puesto que la conducta, antes y después de una mujer, al ser sometida a las artes venusianas, es visiblemente diferente, lo que se explica porque en ella se aplican técnicas de ciencias como la psicología o recursos que resultaron de experimentaciones científicas (Luna, Mario, 2011).

De igual manera, indica que el aspecto de la interacción comunicativa entre un hombre y una mujer es sumamente importante, pues la capacidad para comunicarse es lo que le permitió al ser humano demostrar su supremacía sobre los demás animales. Mario Luna, expresa que *“así como un león endeble encontrará problemas para aparearse, el hombre cuya comunicación es deficiente sufrirá una suerte similar”* (Luna, Mario, pág. 303).

A criterio de Von Markovik, el empleo de ciencias como la psicología y las formas de comunicación verbales y no verbales, es importante dentro de las Artes Venusianas, debido a que estas sostienen todo el aparataje de las técnicas de seducción. Así por ejemplo, estudios como el del psicólogo Abraham Maslow (Von, Markovik, Erik, 2000, pág. 23) acerca de las necesidades humanas, son importantes para definir los intereses que guían los deseos humanos, y, en este caso particular, los de las mujeres con respecto a la importancia que para ellas tiene sobrevivir y reproducirse.

Von Markovik, recalca que ante la mujer todo comunica. La forma de vestir, los gestos, las inflexiones de la voz y en definitiva toda la imagen masculina. Asegura que si se combinan principios psicológicos y un estilo comunicativo impactante, el resultado es un discurso que afecta las emociones femeninas de forma notable. De esta manera, a su juicio, la comunicación enfocada en un apropiado discurso es el principal vehículo para crear la atracción y el valor masculino, lo cual con el tiempo, será además la base para la creación del romance (Von, Markovik, Erik, 2012).

Asimismo, de acuerdo a Santiago Jarrín, el método de seducción es una ciencia porque la comunicación también lo es. Pero, además, cuenta con respaldo de ciencias como la psicología o la antropología, entre otras. En el caso de la psicología evolutiva, por ejemplo, esta explica como el hombre parte de la actuación por instintos y llega al razonamiento del porqué de sus relaciones. Asimismo, el estudio de grupos humanos lleva al análisis del comportamiento cultural frente a las relaciones entre hombres y mujeres (Jarrín, Santiago, 2013).

De la misma manera, Jarrín argumenta que la construcción de un discurso para seducir no es propiedad de las comunidades de seducción masculina, ya que la comunicación siempre es usada para persuadir. Así, explica que muchas de las cosas que dice un político para seducir a un grupo de gente, son las mismas que utiliza un seductor de mujeres, por ejemplo, el hecho de demostrar valentía, liderazgo, emotividad son principios que se enseñan en el sistema de las Artes Venusianas, pero también se observan en campañas de todo tipo. Por eso, en definitiva, “la seducción es comunicar con un direccionamiento hacia algo” con la única diferencia que mientras un político seduce masas, el artista venusiano se enfoca en una sola persona (Jarrín, Santiago, 2013).

3.- A su criterio, como entendido en el comportamiento femenino, ¿en qué momento, durante la interacción comunicativa con una mujer, resulta apropiada la aplicación del discurso de las Artes Venusianas?

Para Von Markovik, la necesidad que tanto el hombre como la mujer tienen de sobrevivir y reproducirse, justifica el uso permanente de las Artes Venusianas. Afirma que desde el momento que un individuo decide acercarse a una mujer ya está exteriorizando sus conocimientos de seducción. Por eso, dice, lo interesante es practicar en todo momento las Artes Venusinas, hasta que las respuestas en los diferentes escenarios sean mecánicas, porque una vez que las rutinas son internalizadas, mejoran las oportunidades de seducción (Von, Markovik, Erik, 2012).

Von Markovik, explica la gente tiende a formar alineamientos sociales con otras personas que le parecen coherentes con sus principios, por ello, el objetivo es siempre aplicar el discurso de la seducción para que la mujer sienta que hay conexión constante con un sujeto determinado. Además, insiste en que hacer una rutina del uso de las técnicas de seducción da la sensación de poseer una herramienta que otorga ventaja sobre los demás hombres, quienes no entienden cómo

solo uno de ellos es capaz de acoplarse de mejor manera con las mujeres (Von, Markovik, Erik, 2012).

A criterio de Mario Luna, la seducción se emplea todo el tiempo. Es decir, desde el momento que un hombre descubre que existe un método para atraer mujeres, ya acepta que se trata de un mecanismo para cambiar su vida. Asimismo, desde cuando un hombre decide acercarse a una mujer, eso configura un intercambio comunicativo que implica la aplicación de las Artes Venusianas. La mujer permanentemente se encuentra en un estado no receptivo, pero cuando encuentra algo que estimula sus emociones, entonces altera su comportamiento y envía el mensaje de que se siente atraída. Es ese el momento para llamar su atención, lo que evidencia que el proceso de seducción comenzó, porque además, el mundo es una especie de laboratorio en el cual constantemente se practica con las Artes Venusianas hasta que en cierto momento, las técnicas de seducción no son parte de la vida, sino un estilo de vida en su totalidad (Luna, Mario, 2012).

Santiago Jarrín, explica que el sistema de seducción, independientemente que sea dirigido a una mujer, es utilizado constantemente, puesto que se trata de un elemento de comunicación. También comenta que el discurso de la seducción ocasiona en la mujer la sensación de estar junto a alguien diferente al común de los hombres, lo cual se consigue luego de interiorizar las técnicas, es decir, haciéndolas parte del ser, pero sobre todo, creando una personalidad atractiva que a futuro no necesite de manuales que le digan que hacer en determinada circunstancia, sino al contrario, que formule sus propias estrategias (Jarrín, Santiago, 2013).

4.- De acuerdo con las Artes Venusianas, hombres y mujeres expresan su interés hacia el género opuesto de manera distinta. ¿Cuáles son esas formas de comunicación y para qué sirve identificarlas dentro del proceso de la seducción?

A criterio de Von Markovik, tanto hombres como mujeres, expresan su interés por el género opuesto basados en lo que les dicen sus instintos y emociones. Sin embargo, mientras en los hombres hay un nivel que les lleva a ser más directos en la demostración de sus necesidades, en cambio las mujeres esconden lo que quieren en una especie de juego en donde hay que descifrar correctamente el mensaje. Para solucionar este problema, Von Markovik asevera que hay que entender que hombres y mujeres tienen más similitudes que diferencias. La clave, para él, es trabajar en aquellas similitudes como son las emociones, de tal manera, que si un hombre las

controla, podrá manejar a la mujer y comprender que es lo que está pasando en su cabeza (Von, Markovik, Erik, 2012).

Según dice, lo importante es descubrir qué es lo que quieren las mujeres, pero con el antecedente de que sus deseos y motivaciones constantemente se encuentran en conflicto y son las emociones las que les inducen a sentir atracción. Por tanto, el hombre debe identificar que si a la mujer le emociona estar junto a alguien que le brinda protección, pero además es apasionado, resuelto, entonces es ahí donde debe trabajar, justamente para demostrar que es el estereotipo que ella desea porque “hay un circuito de atracción y emoción en cada mujer” (Von, Markovik, Erik, 2012).

De acuerdo a Mario Luna, los artistas venusianos “decodificaron” a las mujeres (Luna, Mario, 2007), y llegaron a la conclusión que las emociones marcan la forma en que ellas se comunican y por lo tanto, es este aspecto el que los hombres deben priorizar al momento de empezar la interacción comunicativa que desembocará en la seducción. Según Luna, esta situación permitió concluir que “las mujeres son previsibles” (Luna, Mario, 2007), y mientras más hermosas sean, son más fáciles de seducir, porque al haber estudiado a muchas de ellas, se encontró que tienen las mismas respuestas ante un determinado estímulo. Por eso, según Luna, los artistas venusianos poseen la ventaja de que ya saben qué reacciones tienen las mujeres a partir de sus emociones, y, es por eso que prácticamente lo que dice el manual de seducción sirve para todas (aspecto que lo recalca posteriormente en la pregunta número nueve).

Para Luna, reconocer que las emociones femeninas son básicas es fundamental, porque así se puede comprender que en un momento pueden estar tristes pero al siguiente estarán alegres, que hoy pueden querer algo pero mañana estar arrepentidas de aquello y con este antecedente, el hombre sabrá cómo actuar. Estas particularidades son importantes para reconocer que un hombre no debe relacionarse con una mujer como si se tratara de otro hombre. Por eso, si el objetivo es atraerlas y seducirlas, el discurso debe orientarse a encender los interruptores apropiados que hagan que ellas salgan de un estado no favorable o indiferente, a otro que sea el que pretende el seductor (Luna, Mario, 2011).

Sin embargo, Santiago Jarrín, difiere de los criterios anteriores. Para él, las mujeres no están programadas genéticamente para comunicarse de cierta manera, sino que al contrario, ellas actúan o buscan lo que quieren bajo parámetros establecidos por la cultura, la misma que las juzga de

acuerdo a su papel en la sociedad. Así por ejemplo, según Jarrín, las mujeres no pueden ser directas comunicacionalmente si les gusta un hombre, porque corren el riesgo de ser juzgadas negativamente por quienes las rodean. Por eso, explica, han desarrollado mecanismos más sutiles, ambiguos y simbólicos para expresar sus deseos, pero que no necesariamente surgen como una característica natural sino como respuesta a los lineamientos que impone el entorno social. Esta situación, a criterio de Jarrín, también es equivalente para el hombre, pues es la sociedad la que le obliga a ser valiente, líder y machista, pero de ninguna manera se trata de características que hayan aparecido genéticamente (Jarrín, Santiago, 2013).

5.- Para usted, ¿qué aspectos toman en cuenta las mujeres al momento de elegir a un hombre como opción sentimental?

De acuerdo a Von Markovik, las mujeres siempre verán como potencial pareja a aquel individuo que demuestre ser mejor que los demás. Al salir de un sistema tribal existente hace miles de años, el ser humano conserva ciertos recuerdos que le hacen buscar la sobrevivencia de la especie. Si un hombre posee una característica que lo pone por encima de los demás, como por ejemplo ser el más fuerte, es decir, “el macho alfa” será el elegido. Así, mientras más alfa o líder sea un hombre, sin importar su apariencia, lo que no significa descuidar la imagen, provocará en la mujer el deseo de acercarse para ser aceptada y tener el privilegio de estar con un hombre que le asegure una óptima calidad de vida.

En definitiva, las mujeres buscan al mejor partido basadas en sus necesidades de reproducción y supervivencia y por eso realizan una preselección, o sea, una clasificación de sus pretendientes hasta encontrar al mejor de ellos, dejando al resto como solamente amigos o despreciándolos por completo (Von, Markovik, Erik, 2012).

Mario Luna, coincide en la tesis que las mujeres mantienen características de una antigua comunidad humana que elegía al “macho alfa”, a aquel que más valor social evidenciaba, pero agrega que ellas buscan además, al “líder de la tribu enamorado” (Luna, Mario, 2012), es decir, un individuo con gran presencia, pero que además sabe demostrar romanticismo. Según Luna, la mujer realiza una preselección cuando interactúa con un hombre, quien deberá “proyectar romance sin perder valor, pero al mismo tiempo, proyectar valor haciendo creíble el romance” (Luna, Mario, 2012). Sin embargo, advierte que el hombre que se considera ese “líder de la tribu enamorado”

(Luna, Mario, 2012), tiene además que obligar a la mujer a demostrar que merece estar con él, entonces, ella debe invertir y evidenciar que es especial y única para alcanzar el premio.

Para Jarrín, aquel hombre que posea mejores características, como apariencia física o fortaleza, será el escogido por las mujeres porque ellas saben que podrá proteger mejor a su familia y dotarle de buena calidad de vida, pero, aclara Jarrín, más allá de tratarse de una situación dada por naturaleza, es una situación que socialmente le conviene a la mujer. Sin embargo, aclara que las emociones femeninas están acompañadas por el razonamiento sobre su situación. Es por eso, que una mujer, en respuesta a sus emociones, puede estar con un tipo fuerte o atrevido, pero su razonamiento le dice que no le conviene estar con él. Por esta razón, se explica que termine su relación para estar con otro sujeto posiblemente de menores características físicas, pero en cambio, con mayores valores de supervivencia, lo cual a por otra parte, demuestra que lo alfa no solo se expresa por el físico, sino también por las características interiores de un individuo (Jarrín, Santiago, 2013).

6.- Una vez que se identifican las expectativas sentimentales femeninas, ¿cuál es el elemento principal que el hombre debe dominar para seducir a una mujer?

Erik Von Markovik, insiste que en principio el hombre tiene que reconocer que las mujeres actúan en respuesta a su instinto y a sus emociones. En segundo lugar, manifiesta que es prioritario el uso de un sistema de seducción que garantice llevar a la mujer donde el individuo quiera. Ese modelo son las artes venusianas, las cuales son definidas por Von Markovik como un juego de estrategia que explica pasos fundamentales para seguir al pie de la letra si se quiere el éxito con las mujeres. Asimismo, declara que el artista venusiano se caracteriza por emplear la estimulación emocional en lugar de un discurso racional y por eso, cuando a la mujer se le estimulan las emociones adecuadas, entonces su proceso de racionalización también jugará a favor del seductor. Sin embargo, Von Markovik, aclara que el trabajo con las emociones no debe llegar a un forcejeo por demostrar quién puede más, sino que, al contrario, procura generar confianza y seguridad que le den a la mujer suficientes razones para continuar con la interacción (Von, Markovik, Erik, 2012).

A criterio de Mario Luna, las mujeres no son como los hombres al momento de definir sus intereses. Es por eso que su personalidad les hace buscar un estereotipo de hombre que ellas consideren apropiado y por ello surge la creencia del “Príncipe Azul”, (Luna, Mario, 2012) es

decir, el tipo de hombre que las llene sobre todo emocionalmente. Es este punto, es decir, las emociones, el eje central donde deben girar las interacciones y, por tanto, el hombre que sepa manejar las emociones, tendrá garantizado que cualquier mujer estará lista para estar con él.

Luna agrega que el hombre debe combinar el valor, el romance y la comunicación para provocar en la mujer la sensación de estar frente al sujeto adecuado, a quien esperó durante toda su vida. De igual manera, Luna afirma que el seductor tiene que dominar una serie de técnicas que le faciliten “escalar peldaño a peldaño” una escalera hacia la cima, donde se encuentra una mujer quede cautivada. Esas técnicas, tal como lo indica Von Markovik y con quien coincide Luna, están contenidas en las Artes Venusianas (Luna, Mario, 2012).

Para Santiago Jarrín, el hombre tiene que dominar la forma en que expresa su capacidad de sobrevivencia, es decir, su imagen como macho alfa, porque eso es lo que despierta en la mujer su instinto sexual. Sin embargo, advierte que lo anterior debe combinarse con un manejo apropiado de las emociones masculinas para llegar de mejor manera a las femeninas. Además, a esto se añade, el hecho de demostrar inteligencia y excelente capacidad comunicativa, que sumado a un método de seducción inicial garantiza el éxito con las mujeres (Jarrín, Santiago, 2013).

7.- Indique los pasos, que según las Artes Venusianas, son fundamentales para seducir a una mujer

Ante esta interrogante, los personajes consultados coinciden en que hay tres pasos fundamentales para seducir una mujer. El primero es la atracción, aspecto donde el hombre atrae socialmente gracias a diversas herramientas comunicativas verbales y no verbales. De acuerdo a Von Markovik, la clave está en activar los “interruptores” de atracción que poseen las mujeres, los mismos que fueron diseñados para aceptar a cualquier hombre que tenga valor para ellas (Von, Markovik, Erik, 2012). Es decir, hay que demostrar la capacidad de garantizar sobrevivencia y reproducción, dejándole ver a la mujer que existe un hombre capaz de cuidar de ella. Asimismo, indica que lo importante en la atracción es dar la imagen de que no es el hombre quien intenta seducir a la mujer sino al revés (Von, Markovik, Erik, 2012).

El segundo paso es generar confort. Esto es, la construcción de un estado donde la mujer se sienta cómoda junto a un hombre, pues tiene la sensación de poder compartir en confianza con él muchas

cosas, porque lo cataloga como alguien muy cercano emocionalmente. El confort, así como la atracción, se da en un espacio físico, y es ahí “donde el juego en verdad se juega” porque el hombre reconoce si la mujer está cuidándose de él, o al contrario, está colaborando para que la relación fluya libremente (Von, Markovik, Erik, 2012). Posteriormente, afirma Von Markovik, el tercer paso consiste en que sacar a la mujer de ese sitio físico y emocional de confort a otro donde se materialice en sí la seducción entendida como relación sexual.

Mario Luna, reitera las tesis sobre atracción, confort y seducción de Von Markovik, pero añade que durante el confort, el hombre tiene que aplicar un “traductor”, lo que implica identificar que “normalmente lo que ella nos dice, tiene un significado distinto al que entenderíamos lógicamente, pero es ese significado al que deberíamos responder” (Luna, Mario, 2012).

En cuanto a la concreción de la relación sexual, que es el paso que culmina la escalada de la interacción con la mujer, Von Markovik, Luna y Jarrín coinciden en que debe entenderse como un momento en que el hombre demuestre que todo lo dicho anteriormente fue cierto. Es decir, si pudo atraerla porque generó imagen de protección, ahora tendrá que exponer sus cualidades para la reproducción, traducidas estas, en las habilidades amorosas, sin descuidar aspectos técnicos preparatorios, como por ejemplo, un ambiente romántico apropiado, sin distracciones, entre otros aspectos (Von, Markovik, Erik, 2012).

Según Luna, “solo cuando un hombre no tenga problemas para llegar regularmente a esta etapa con las mujeres que le atraigan, se habrá convertido en un verdadero artista venusiano”. De igual manera, aclara que “aun cuando una mujer piense que el sexo carece de trascendencia, no lo piensa de esa forma. Ella sigue experimentando una gran conmoción emocional cada vez que está a punto de practicar sexo con un hombre por primera vez” (Luna, Mario).

8.- En base a su experiencia, ¿qué efectividad tienen las Artes Venusianas y cómo se la comprueba?

Al igual que la pregunta anterior, aquí también los tres personajes consultados coinciden en sus criterios. Según dicen, las Artes Venusianas son efectivas porque parten de fundamentos psicológicos y comunicacionales, que permitieron hacer experimentaciones durante muchos años con diferentes mujeres, dando como resultado, que todas actúan de la misma manera. Además, afirman que el éxito de su sistema fue comprobado por ellos mismos y por todos los hombres que participan de sus seminarios y charlas. A esto le agregan su imagen mediática, a la que consideran como un buen termómetro para demostrar que el modelo funciona y por eso causa polémica.

Al respecto, Jarrín aclara que más allá de que el método funcione con las mujeres, la efectividad se verifica cuando un hombre se atreve a utilizarlo aunque considere a las técnicas como demasiado atrevidas o arriesgadas. Es decir, para Jarrín, primero el individuo tiene que volverse valiente para interactuar, porque posteriormente, con la práctica, ya no necesitará un manual, sino que elaborará su propio material de conquista (Jarrín, Santiago, 2013).

9.- Al ser las Artes Venusianas un discurso elaborado a manera de guía o manual que puede ser usado por cualquier hombre, ¿qué características femeninas permiten sostener que un mismo método de seducción puede aplicarse a todas las mujeres y cuáles son las evidencias?

Según Erik Von Markovik, las Artes Venusianas funcionan con todas las mujeres debido a que ellas poseen patrones psicológicos comunes como por ejemplo las emociones. Para Von Markovik, si un hombre identifica y controla las emociones femeninas, pronto sabrá cómo funciona el cerebro de las mujeres y entenderá cuál es la razón para que se comporte de cierta manera. Como en la pregunta anterior, Von Markovik, insiste que su método funciona “porque se ampara en ciertas ciencias para poder seducir a las mujeres” y la evidencia está en su experiencia personal y la de otros seductores (Von, Markovik, Erik, 2012).

Mario Luna, también reitera que el sistema de seducción al sostenerse en la psicología sexual femenina, “permite identificar cómo son las mujeres, a qué responden, porqué hacen lo que hacen”,

entre otras cosas. Luna afirma que las Artes Venusianas, recogidas en su libro *Sex Code*, son “un manual infalible en el proceso de la seducción” (Luna, Mario, 2007). De igual manera, afirma que la mujer fue decodificada y se descubrieron las reglas del juego. Señala que luego de haber estudiado el comportamiento de las mujeres durante muchos años, llegó a la conclusión que todas comparten características tan comunes que las hace previsibles y por eso el método sirve para la generalidad (Luna, Mario, 2007).

Santiago Jarrín, en cambio, acepta que las Artes Venusianas son la base fundamental para el proceso de seducción femenina, pero aclara que el método debe ser modificado de acuerdo a ciertas condiciones como el contexto y la cultura, por lo que cada hombre, si bien parte de un fundamento teórico, debe a futuro construir sus propias estrategias. El sistema de seducción, según Jarrín, tiene que considerar no solo las emociones femeninas, sino también las masculinas al mismo tiempo, ya que por ejemplo, sería contraproducente que un individuo con baja autoestima aplique una rutina graciosa, de las que constan en el manual, con una mujer que atraviese por alguna crisis emocional.

Por eso, para Jarrín, es factible decir cosas iguales o similares a lo que se encuentra en las Artes Venusianas, pero siempre y cuando el sujeto que los haga se apegue a la realidad de un determinado contexto, pues es imposible predecir la interacción y por lo tanto, si bien la evidencia es relativa, deja abierta la oportunidad para seguir haciendo experimentos, lo que por otra parte, no puede ser calificado como inmoral, debido a que cada persona al fin y al cabo desarrolla su propia manera de seducir (Jarrín, Santiago, 2013).

3.4 Análisis de resultados del estudio cuantitativo

Pregunta 1.- ¿Conoce si en la ciudad de Quito existe una agrupación denominada Tribu Alfa?

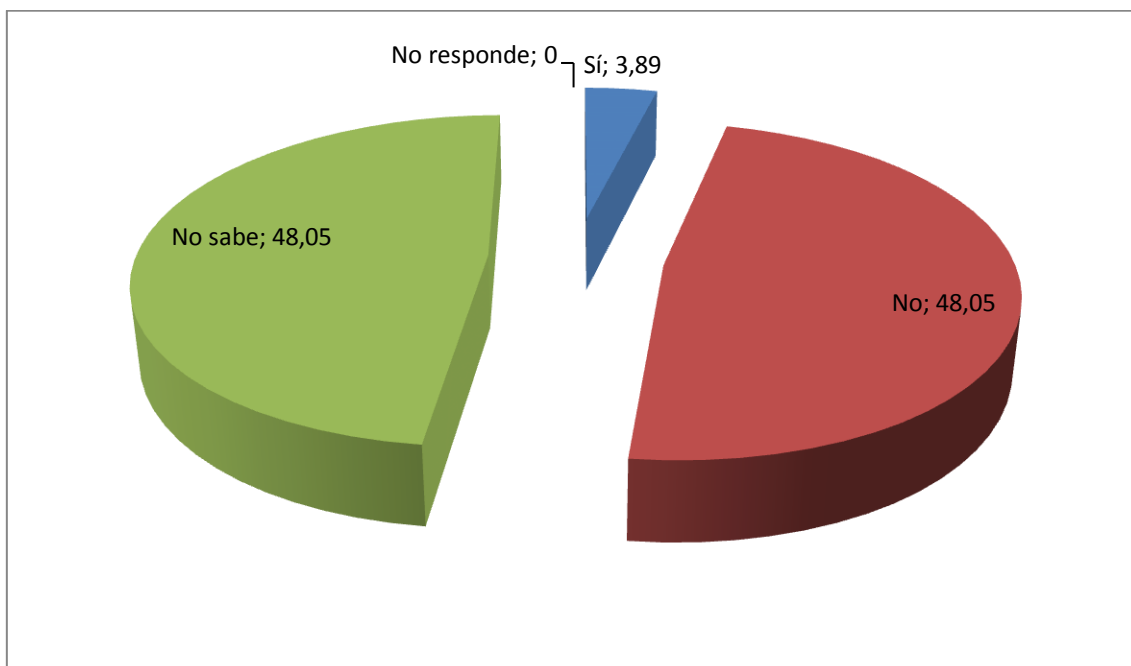
Tabla 1: Conocimiento sobre la existencia de la Tribu Alfa

Alternativas	Porcentajes
Sí	3,89 %
No	48,05 %
No sabe	48,05 %
No responde	-
TOTAL	99,99 %

Fuente: Encuestas realizadas

Autor: Carlos Proaño

Gráfico 1: Conocimiento sobre la existencia de la Tribu Alfa



Fuente: Encuestas realizadas

Autor: Carlos Proaño

De acuerdo a los resultados obtenidos, a partir de las encuestas efectuadas, en esta primera pregunta se destaca que un 48,05% de mujeres desconoce que en la ciudad de Quito exista un colectivo denominado Tribu Alfa. Un porcentaje idéntico asevera que no está al tanto del tema, mientras que, un 3,89% de encuestadas, expresa que sí sabe acerca de la presencia de la Tribu Alfa. Si se toma en cuenta este último resultado, se evidencia que dicho grupo mantiene un bajo perfil dentro de la sociedad quiteña y si bien es cierto, hay quienes han escuchado sobre él, la suma de los porcentajes anteriores, es decir, 96,1%, refleja que prácticamente la gran mayoría de mujeres ignora que haya un colectivo masculino denominado Tribu Alfa.

Este desconocimiento se explica por dos razones. La primera, porque ese mismo grupo se considera como “exclusivo” para hombres (Alfa, Tribu), y en su página electrónica añade que es un espacio *“reservado solo para aquellos quienes demuestren tener lo que se necesita”* (Alfa, Tribu), lo cual es un condicionamiento excluyente impuesto por ese colectivo. La segunda causa, es porque excepto su página web y algunas entrevistas realizadas sobre el tema a miembros de ese grupo en ciertos medios de comunicación, según se dice en la misma web, no se encuentra ningún otro tipo de publicidad o promoción.

Sin embargo, a pesar del desconocimiento mayoritario, lo recientemente señalado también evidencia que la Tribu Alfa no busca ser una comunidad secreta, y prueba de ello, es que posee un sitio en Internet donde proporciona públicamente cierta información. De hecho, esta situación se apega a la actitud de los mismos gurús internacionales, quienes, en España o Estados Unidos, dictan seminarios o son entrevistados con el fin de difundir sus conocimientos a otros hombres. En el caso ecuatoriano, si la gente no conoce a la Tribu Alfa, es más por cuestiones de marketing publicitario antes que por otras razones, como por ejemplo, querer mantenerse en el anonimato. De hecho, Santiago Jarrín, líder de la Tribu Alfa, en la entrevista correspondiente al estudio cualitativo, asevera que su agrupación no tiene problema en que sus actividades sean conocidas por la sociedad.

2.- ¿Ha escuchado acerca de un discurso de seducción femenina llamado las Artes Venusianas?

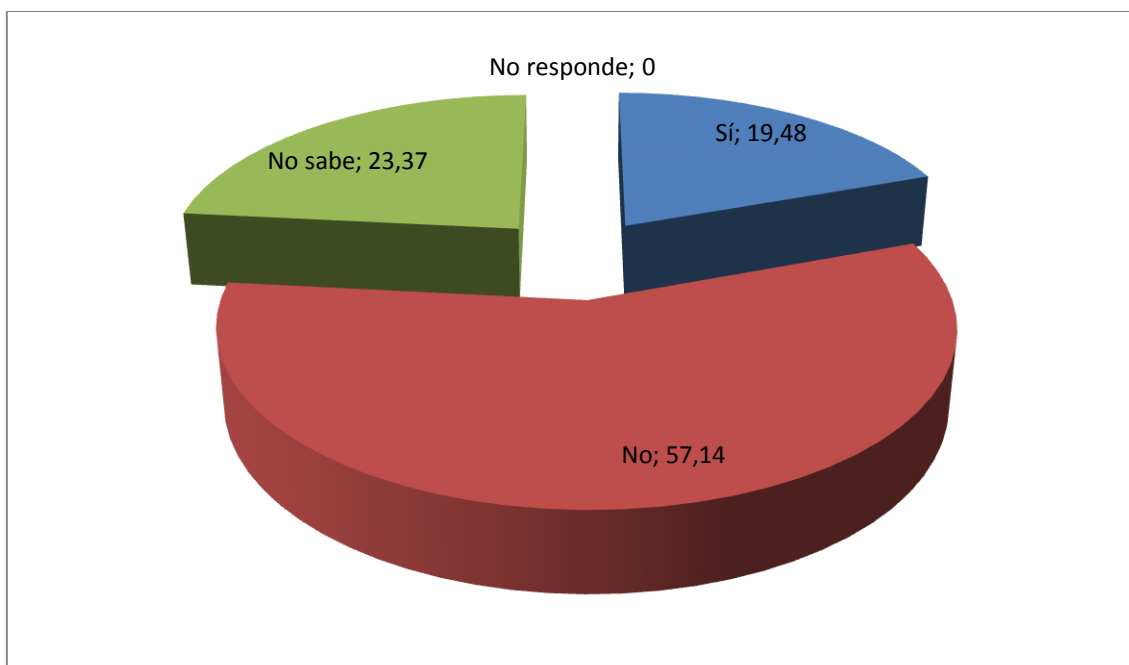
Tabla 2 : Conocimiento sobre la existencia de las Artes Venusianas

Alternativas	Porcentajes
Sí	19,48 %
No	57,14 %
No sabe	23,37%
No responde	-
TOTAL	99,99%

Fuente: Encuestas realizadas

Autor: Carlos Proaño

Gráfico 2: Conocimiento sobre la existencia de las Artes Venusianas



Fuente: Encuestas realizadas

Autor: Carlos Proaño

En esta pregunta, se observa que el 57,14% de mujeres consultadas no ha escuchado acerca del discurso de seducción femenina llamado las Artes Venusianas. El 23,31% expresa que no sabe sobre el tema y el 19,48% manifiesta que sí ha oído sobre él. Al igual que en la interrogante anterior, la suma de los dos porcentajes equivalentes al desconocimiento da un resultado de 80,45%, lo cual, significa, que prácticamente 8 de cada 10 mujeres, en base a la muestra analizada, ignora que exista dicho tipo de discurso de seducción, aplicado en este caso, por los miembros de la Tribu Alfa.

Que las Artes Venusianas sean poco conocidas por las mujeres, se debe a que se trata de un recurso exclusivo para los miembros de las comunidades de seducción. La Tribu Alfa, informa en su página web (Alfa, Tribu), que dicho conocimiento se imparte solamente en los cursos y seminarios dirigidos a aquellos individuos que previamente reservaron y pagaron por un cupo para eso. Incluso, el mismo Erik Von Markovik, en su libro, las Artes Venusianas (Von, Markovik, Erik, 2000, pág. 5), advierte que se ampara en la legislación sobre derechos de autor para reservarse el derecho de aplicar la ley a quien pretenda piratear su texto. De esta forma, pagar un precio por dicho libro también es un limitante para que el conocimiento sea generalizado, y, por ende, reitera su categoría de exclusivo.

En cuanto al porcentaje que afirma haber escuchado sobre las Artes Venusianas, podría relacionarse con el bajo número de encuestadas que en la pregunta anterior indicó conocer sobre la existencia de la Tribu Alfa. Es decir, si algunas mujeres saben sobre la presencia de este grupo, es posible que, por consiguiente, tengan cierta referencia sobre su discurso. Aunque, por otra parte, es también factible poseer alguna noción sobre las Artes Venusianas a través del internet u otras fuentes que no sean precisamente los miembros de la Tribu Alfa. De todas formas, los datos recabados demuestran que las Artes Venusianas no son de conocimiento público masivo, sobre todo en este caso, de las mujeres.

3.- ¿Cree que un hombre pueda aprender a seducir mujeres a partir de un discurso preconcebido o un manual?

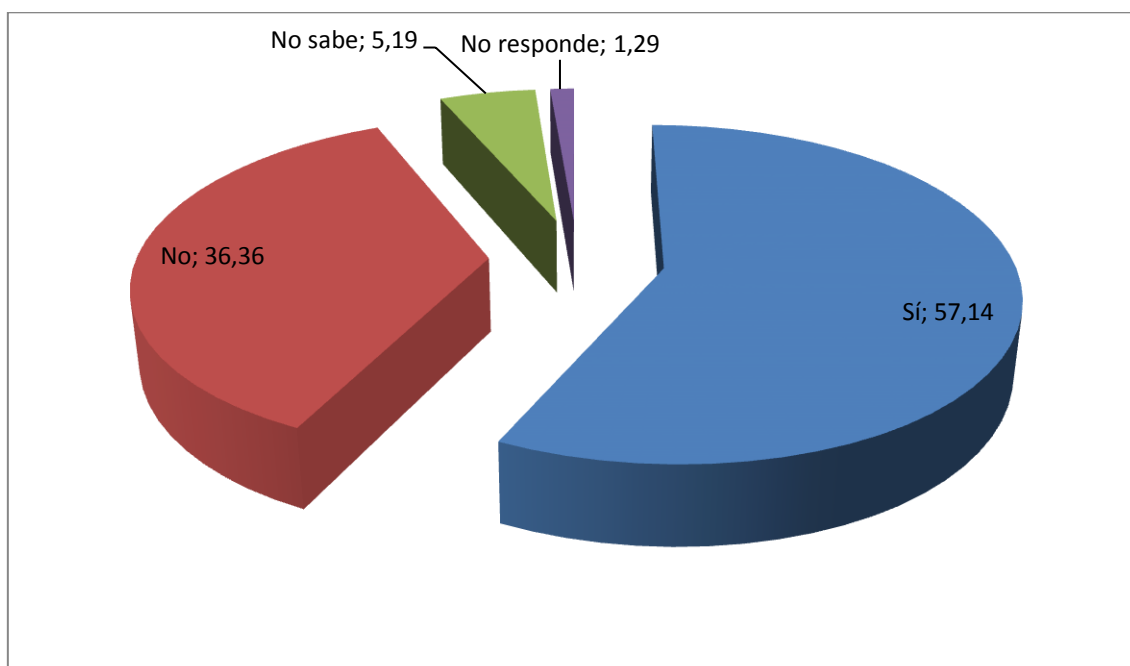
Tabla 3 : Posibilidad de que un hombre aprenda a seducir con un manual

Alternativas	Porcentajes
Sí	57,14 %
No	36,36 %
No sabe	5,19 %
No responde	1,29 %
TOTAL	99,98%

Fuente: Encuestas realizadas

Autor: Carlos Proaño

Gráfico 3: Posibilidad de que un hombre aprenda a seducir con un manual



Fuente: Encuestas realizadas

Autor: Carlos Proaño

El 57,14% de encuestadas cree que sí es posible que un hombre pueda aprender a seducir mujeres a partir de un discurso preconcebido o un manual, cifra que representa prácticamente a 6 de cada 10 mujeres. Por el contrario, el 36,36% no ve factible esta situación, mientras que el 5,19% no sabe del tema y un 1,29% prefiere no responder.

A partir del porcentaje más representativo en esta interrogante, surgen tres alternativas que justificarían la posibilidad de que un hombre aprenda seducción femenina. Por una parte, si más de la mitad de mujeres reconoce como factible este hecho, entonces, aceptan que ellos no necesariamente entienden lo que es la seducción, y, por lo tanto, es válido que se instruyan. Como otro punto, está la eventualidad de que ellas hayan tenido cierta experiencia con alguien que asimiló los conocimientos a partir de una fuente externa y por eso confirman la hipótesis, o, finalmente, se abre la opción de que las encuestadas consideren conveniente que los hombres se formen, debido a algún antecedente que les hace pensar que es mejor que los hombres sepan seducir.

Esta interpretación nace desde una de las tesis de la misma Tribu Alfa, cuando sostiene que el individuo masculino tiene que aprender a seducir y mejorar sus interacciones comunicativas, debido a que por razones culturales, el hombre tiene una idea errada de que lo que son las relaciones de pareja y cómo llegar apropiadamente a una mujer (Alfa, Tribu).

Por otro lado, al analizar al 36.36% de mujeres que no cree que un hombre pueda aprender a ser seductor mediante herramientas como un manual, se evidencia que ellas miran con escepticismo que un individuo alcance cualidades que no posee por naturaleza. Esto puede provenir de experiencias personales quizás no muy gratificantes en cuanto a ser seducidas, lo cual les lleva a dudar que pueda haber otra realidad más allá de lo que han conocido. En todo caso, lo señalado contrasta con el planteamiento de Elisabeth Badinter (Badinter, Elisabeth), quien afirma que las características masculinas son adquiridas de acuerdo a cómo lo permite la sociedad pues no vienen con el hombre por genética. Desde este razonamiento, se abre la posibilidad que si un hombre no nació seductor, entonces con ayuda externa puede serlo. Finalmente, la idea de la Tribu Alfa sobre un hombre que aprende seducción, en este caso, a través de las Artes Venusianas, podría justificarse, primero, porque una gran cantidad de mujeres confía que un hombre puede aprender, y, segundo, debido a la necesidad de demostrar, a ese número de mujeres escépticas, que el aprendizaje es viable.

4.- ¿Cuáles son las características masculinas que atraen a una mujer?

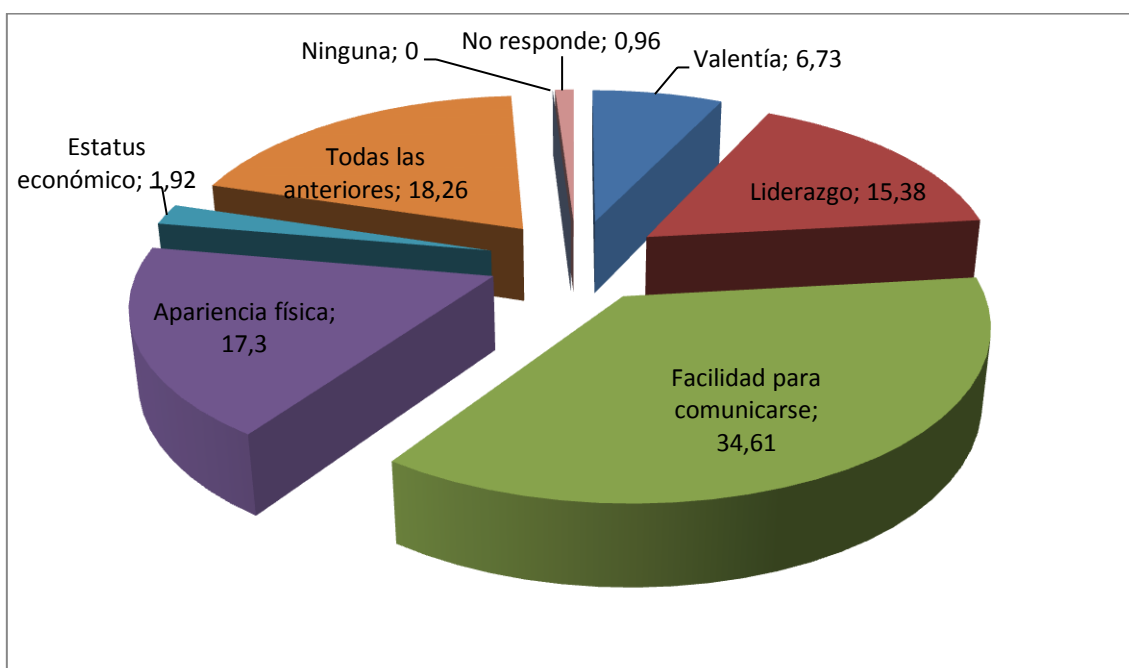
Tabla 4: Características masculinas que atraen a una mujer

Alternativas	Porcentajes
Valentía	6,73 %
Liderazgo	15,38 %
Facilidad para comunicarse	34,61 %
Apariencia física	17,30 %
Estatus económico	1,92%
Todas las anteriores	18,26 %
Ninguna	-
No responde	0,96 %
Otras	4,80 %
TOTAL	99 %

Fuente: Encuestas realizadas

Autor: Carlos Proaño

Gráfico 4: Características masculinas que atraen a una mujer



Fuente: Encuestas realizadas

Autor: Carlos Proaño

Ante esta interrogante, el 34,61% de mujeres encuestadas, asevera que la característica masculina que más le atrae es la facilidad del hombre para comunicarse. En segundo lugar, con el 18,26% está la opción “todas las anteriores” (que engloba valentía, liderazgo, facilidad para comunicarse, apariencia física y estatus económico). En tercera posición, se encuentra la apariencia física, con el 17,30%, luego, el liderazgo con 15,38%, siguen valentía con el 6,73%, otras con 4,80%, estatus económico, 1,92% y no responde el 0,96% de personas consultadas.

Como se observa, incluso si se hace un reparto equitativo del porcentaje correspondiente a la opción: “Todas las anteriores”, hacia el resto de alternativas de respuesta de la pregunta, el resultado es que la mayor cantidad de mujeres (34,61%), considera como lo más atractivo de un hombre a su facilidad para comunicarse. Se puede concluir que, de acuerdo a este porcentaje, un hombre con mayor habilidad para desarrollar la interacción comunicativa, o que aplique un mejor discurso, puede llamar más la atención. Según Erik Von Markovik, la clave en la seducción es la comunicación, pues a partir de este recurso se estructuran las fases de atracción, confort y finalmente la posibilidad de un acercamiento más íntimo con la mujer (Von, Markovik, Erik, 2000, pág. 63). De hecho, como se mencionó en el capítulo correspondiente, las Artes Venusianas engloban diálogos enlatados para mantener el interés de la mujer. Por consiguiente, es factible decir que si un hombre aprende este discurso de seducción logrará buenos resultados con las mujeres, ya que ellas, según la encuesta, se sienten atraídas por alguien que sepa expresarse apropiadamente.

Otro punto relevante a partir de las respuestas, es que la apariencia física (17,30%), no tiene tanta trascendencia para las mujeres consultadas, lo cual, coincide con otra de las tesis de la Tribu Alfa, cuando afirma que la actitud puede reemplazar cualquier desventaja física ubicada según los estereotipos sociales de belleza. Como sostiene este colectivo, ser apuesto físicamente no garantiza el éxito con las mujeres y al parecer, al menos las personas encuestadas dan la razón a este planteamiento, ven como más atractivo que el hombre sepa comunicarse.

De igual manera, los datos revelan que para la muestra analizada el liderazgo que refleja un hombre no es tan importante. El 15,38% de apoyo a esta opción así lo señala, pues si bien alguien puede ser un líder dentro de un contexto determinado, no necesariamente significa que sepa expresarse apropiadamente. Asimismo, la valentía de un hombre (6,73%), tampoco tiene impacto en las mujeres, quizá porque ya no se la relaciona con una cualidad exclusiva del género masculino, lo que responde a la disminución de las diferencias de género. Sin embargo, sea cual sea la razón para

que el liderazgo y la valentía de un hombre no sean tan apreciados, el hecho es que aquí si se rompe un planteamiento básico de las Artes Venusianas, según el cual, el hombre debe demostrar que es el macho alfa de la manada y esas dos cualidades, precisamente, son determinantes para garantizarle el éxito dentro de su grupo. Ser líder y valiente, al menos no seduce totalmente a las mujeres encuestadas.

Finalmente, el indicador, “estatus económico”, obtiene un 1,92% de apoyo femenino. Esto evidencia que el dinero no garantiza éxito con las mujeres, pues ellas no lo ven como muy atractivo. Para la Tribu Alfa, tener dinero tampoco es determinante a la hora de entablar una relación con el género femenino, y, según Erik Von Markovik, si bien este factor puede garantizar bienestar y buena calidad de vida para la mujer, no es finalmente prioritario dentro de una interacción, debido a que el éxito radica en aprender a estimular las emociones femeninas a través de la interacción, ya que caso contrario, la mujer cambiará a un hombre por otro con más o menos dinero, pero con mejores condiciones comunicativas (Von, Markovik, Erik, 2000, pág. 47).

5.- ¿Cuál es el aspecto personal más importante que las mujeres preferirían que sea comprendido y valorado por los hombres?

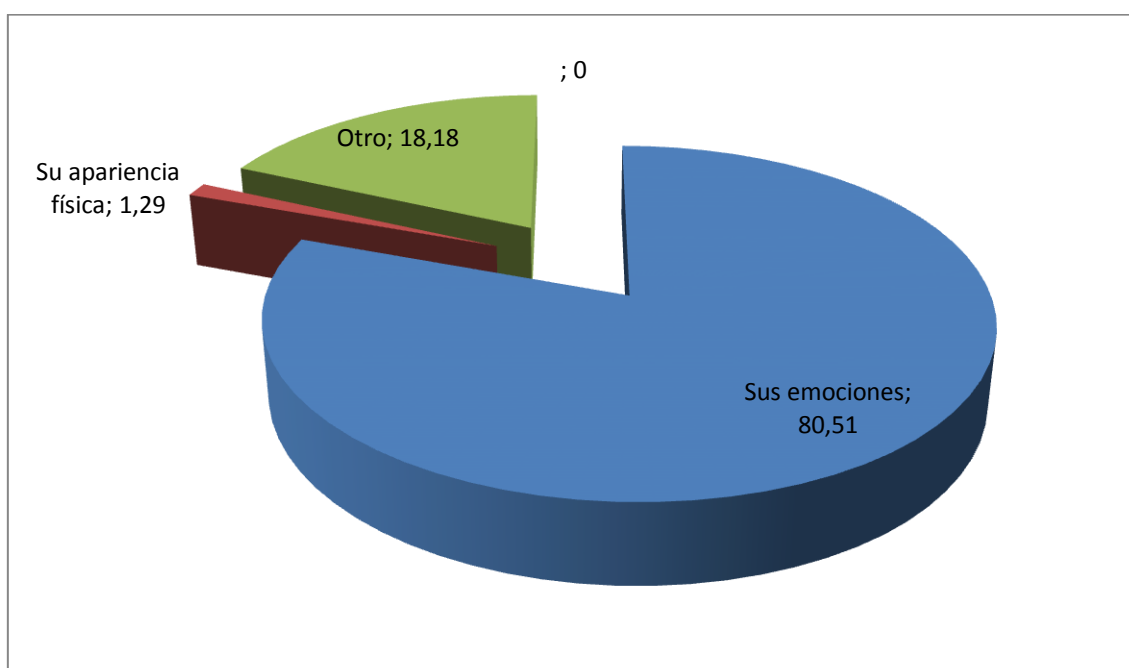
Tabla 5 : Aspecto femenino que debería ser más valorado por los hombres

Alternativas	Porcentajes
Sus emociones	80,51 %
Su apariencia física	1,29 %
Otro	18,18 %
TOTAL	99,98%

Fuente: Encuestas realizadas

Autor: Carlos Proaño

Gráfico 5: Aspecto femenino que debería ser más valorado por los hombres



Fuente: Encuestas realizadas

Autor: Carlos Proaño

De acuerdo a las mujeres encuestadas, el aspecto de su personalidad que preferirían sea más comprendido y valorado por los hombres, son sus emociones. Esto lo señala un 80,51% de consultadas, lo que coincide con las Artes Venusianas, cuando se afirma que la clave para empezar el camino de la seducción femenina es saber activar las emociones en las mujeres. Según Von Markovik, la interacción comunicativa con el género femenino debe girar en torno a sus emociones, generándole, por ejemplo, fascinación, curiosidad, felicidad y todo tipo de sentimientos que las saque de un estado de no receptividad. Mientras más motiva esté, más atracción sentirá hacia un determinado individuo (Von, Markovik, Erik, 2000, pág. 32).

En menor porcentaje, con un 18,18%, la opción “otro” se encuentra en segundo lugar dentro de lo que las mujeres preferirían que se valore en ellas, pero de todas maneras, sea cual sea la razón para escoger esta alternativa, no posee mayor importancia para el género femenino tal como lo son sus emociones. Finalmente, las mujeres consultadas consideran que su apariencia física no debería ser trascendental para un hombre al momento de valorarlas o comprenderlas, apenas un 1,29% de encuestadas ve este factor como algo prioritario.

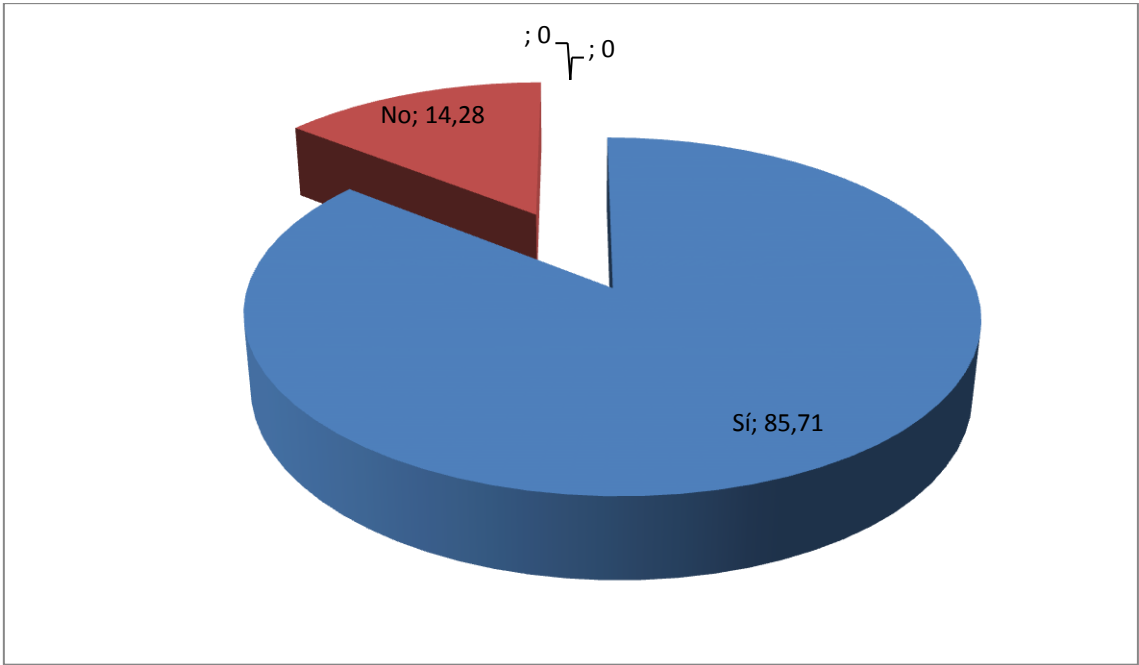
6.- Si un hombre supiera entender y estimular las emociones femeninas, ¿tendría más posibilidades de ser aceptado como pareja sentimental?

Tabla 6 : Estimulación de emociones femeninas y posibilidades de relación de pareja

Alternativas	Porcentajes
Sí	85,71 %
No	14,28 %
TOTAL	99,99%

Fuente: Encuestas realizadas
Autor: Carlos Proaño

Gráfico 6: Estimulación de emociones femeninas y posibilidades de relación de pareja



Fuente: Encuestas realizadas
Autor: Carlos Proaño

La actual pregunta tiene relación con la anterior. Según las Artes Venusianas, un hombre que sabe manejar las emociones femeninas, se vuelve más atractivo porque las mujeres se sienten

comprendidas, y, por lo tanto, hay más oportunidades de que se construyan motivaciones para entablar una relación de pareja.

Esta teoría es confirmada en las encuestas. Aquí, el 85,71% de mujeres está de acuerdo en que un hombre que sepa entender y estimular sus emociones tendría más posibilidades de ser aceptado como pareja sentimental, frente a un 14,28% que considera lo contrario.

7.- ¿Quién debe atraer a quién?

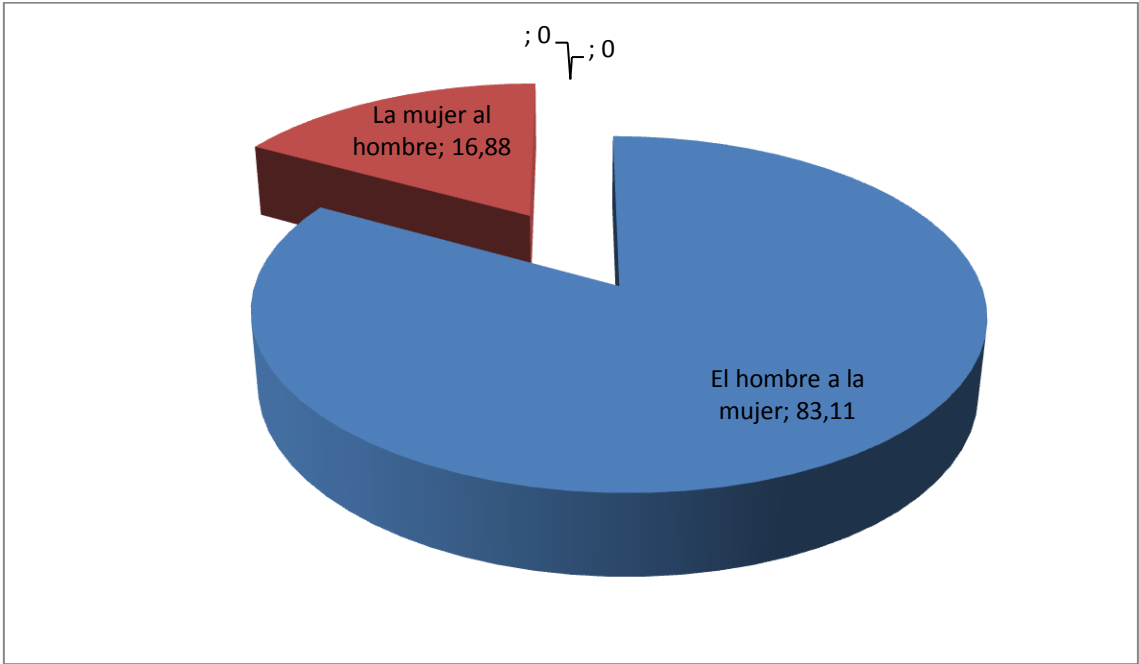
Tabla 7: Quién debe atraer a quién

Alternativas	Porcentajes
El hombre a la mujer	83,11 %
La mujer al hombre	16,88 %
TOTAL	99,99%

Fuente: Encuestas realizadas

Autor: Carlos Proaño

Gráfico 7: Quién debe atraer a quién



Fuente: Encuestas realizadas

Autor: Carlos Proaño

Esta pregunta pudo tener un tercer indicador denominado “mutuamente”. Sin embargo, fue intencionalmente direccionada con el fin de analizar una de las principales ideas que se plasman en las Artes Venusianas. Aquí se dice que es el hombre quien tiene la obligación de atraer a la mujer y por ende, empezar la interacción comunicativa, ya que se trata de un reto que el individuo tiene que aceptar para demostrar que es mejor que los demás. De esta manera, ingresa en el nivel de preselección (Von, Markovik, Erik, 2000, pág. 61) que hacen las mujeres al momento de buscar al hombre con el cual emprenderán una relación de pareja. Como se mencionó anteriormente, la atracción empieza apelando a las emociones femeninas y sigue con el uso de ciertas técnicas comunicativas explicadas en las Artes Venusianas.

De las encuestas realizadas se desprende que el 83,11% de mujeres coinciden en que es el hombre quien debe atraerlas, frente a un 16,88% que opina que la situación es al revés. Esto implica que el argumento de las Artes Venusianas es acertado, y, por lo tanto, abre la puerta a que se incentive en el hombre el aprendizaje de las técnicas plasmadas en ese discurso.

8 .- Si un hombre aprende como volverse atractivo, establece interacciones comunicativas apropiadas y logra que una mujer se sienta cómoda a su lado, ¿podría a corto o largo plazo entablar una relación sentimental que incluya acercamientos más íntimos?

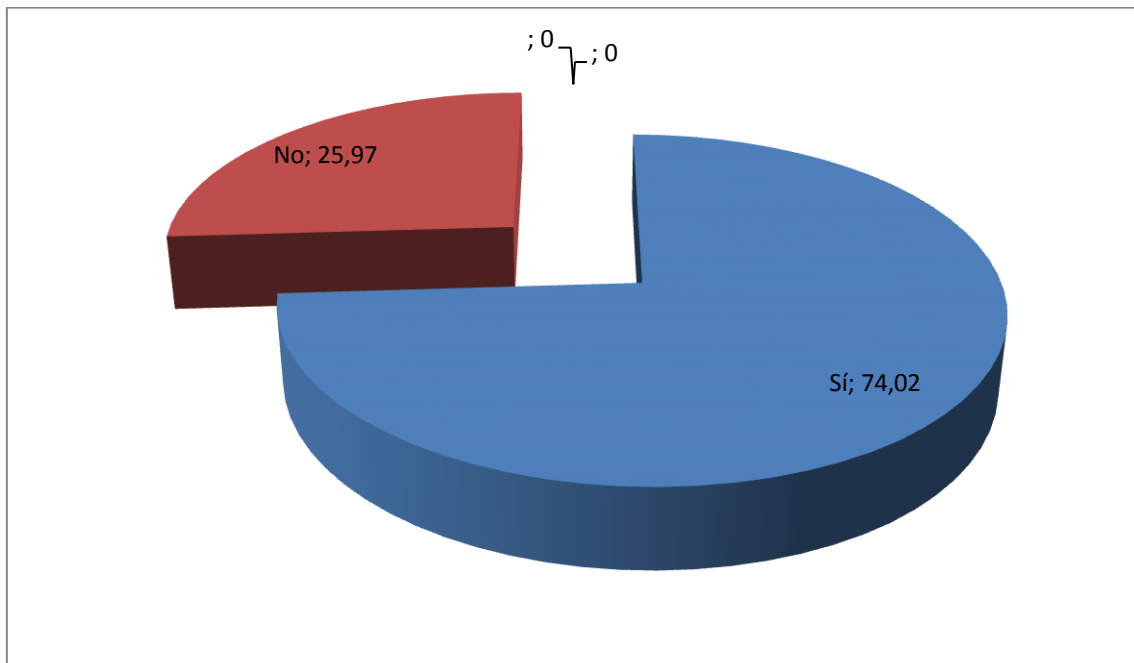
Tabla 8: El hombre, la atracción y las interacciones comunicativas

Alternativas	Porcentajes
Sí	74,02 %
No	25,97 %
TOTAL	99,99%

Fuente: Encuestas realizadas

Autor: Carlos Proaño

Gráfico 8: El hombre, la atracción y las interacciones comunicativas



Fuente: Encuestas realizadas

Autor: Carlos Proaño

Según las Artes Venusianas, la seducción femenina empieza a operar desde que un hombre utiliza las técnicas que le permiten comunicarse de forma apropiada. Esto lo vuelve atractivo pero además, posteriormente le facilita seguir en el camino hasta alcanzar un nivel de intimidad sexual. Por supuesto, antes de esto, hay que cumplir con una serie de pasos, cuyo fin es hacer que la mujer se sienta cómoda, de tal manera que, al momento de llegar a la intimidad, ella no sienta ningún sentimiento de arrepentimiento o remordimiento (Von, Markovik, Erik, 2000, pág. 74). Este proceso, según Von Markovik, puede durar en promedio 7 horas, no necesariamente consecutivas, pero que a la larga son el lapso considerado apropiado hasta alcanzar el encuentro sexual. Al efectuar esta pregunta, se busca confirmar o desmentir lo señalado anteriormente. Al respecto, el 74,02% de mujeres afirma que efectivamente, si un hombre aprende como volverse atractivo, establece interacciones comunicativas apropiadas y logra que una mujer se sienta cómoda a su lado, podría a corto o largo plazo entablar una relación sentimental que incluya acercamientos más íntimos. Esta respuesta contrasta frente a un 25,97% que no cree esto posible.

9.- ¿Cree que es importante que un hombre aprenda a ser seductor?

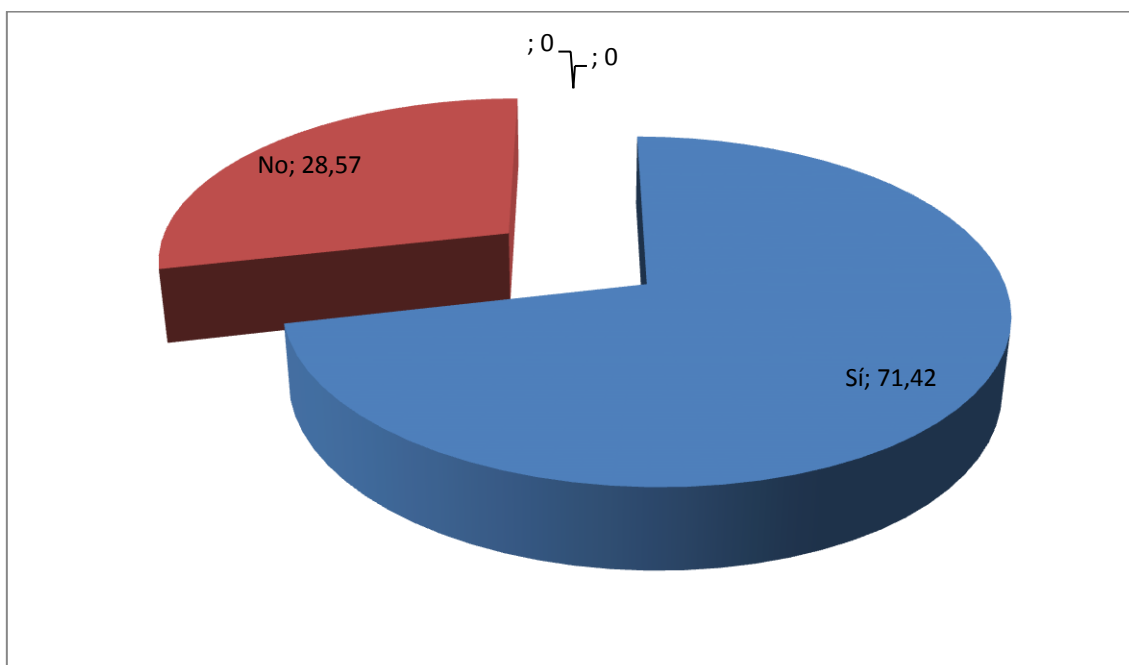
Tabla 9: Importancia de que un hombre aprenda a ser seductor

Alternativas	Porcentajes
Sí	71,42 %
No	28,57 %
TOTAL	99,99%

Fuente: Encuestas realizadas

Autor: Carlos Proaño

Gráfico 9: Importancia de que un hombre aprenda a ser seductor



Fuente: Encuestas realizadas

Autor: Carlos Proaño

Según las Artes Venusianas y desde luego para la Tribu Alfa, lo prioritario para un hombre es saber seducir a una mujer, para demostrar que es el macho alfa que ella espera porque le podrá garantizar su reproducción y supervivencia (Alfa, Tribu). Ante esta posición, la presente pregunta

busca conocer, en cambio, qué trascendencia le da el género femenino al hecho de la seducción. Al respecto, el 71,42% de mujeres cree que es importante que un hombre aprenda a ser seductor, lo que representa un apoyo a la teoría precedente. Sin embargo, así como en la pregunta 7, la tendencia de la respuesta es señalar que la responsabilidad de seducir recae en el hombre, lo que lleva a confirmar la necesidad de la existencia de material de apoyo que le ayude a conseguir su propósito, si es que no posee la habilidad “natural” de seducir, como lo argumenta la Tribu Alfa.

Por el contrario, un 28,57% de mujeres no considera de importancia que un hombre aprenda a ser seductor, lo que coincide, de alguna manera, con el nivel de escepticismo que las encuestadas demostraron en la pregunta número 3.

10.- ¿Cómo calificaría a un hombre que conoce y aplica determinados elementos comunicacionales y psicológicos para seducir mujeres?

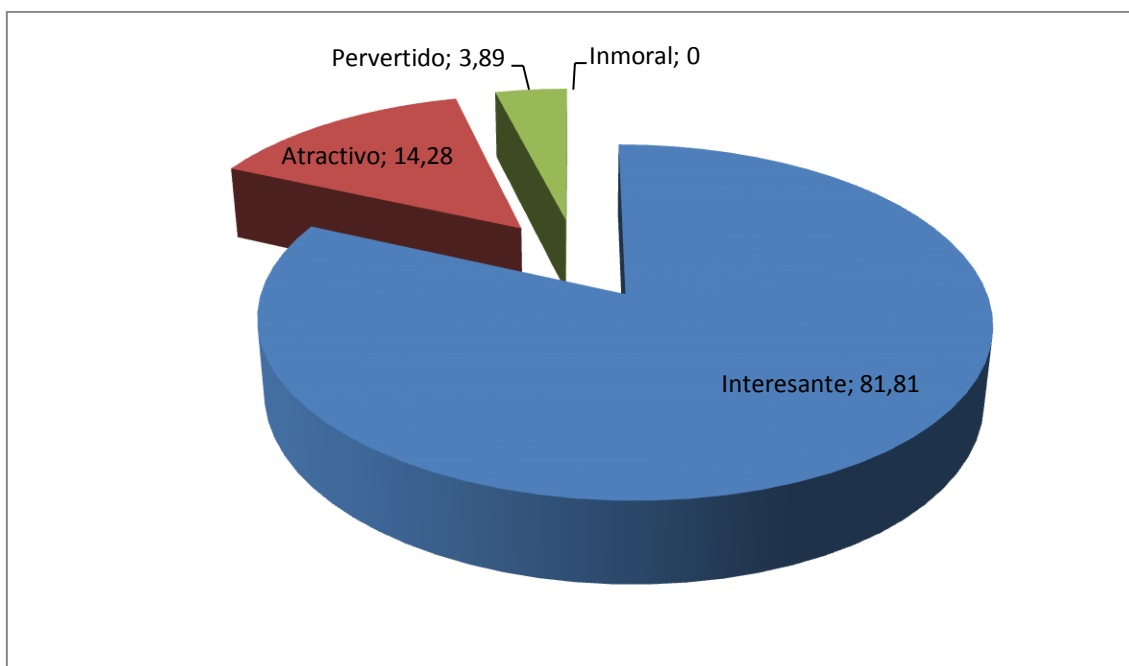
Tabla 10: El hombre y sus conocimientos para seducir mujeres

Alternativas	Porcentajes
Interesante	81,81 %
Atractivo	14,28 %
Perverso	3,89 %
Inmoral	-
TOTAL	99,98%

Fuente: Encuestas realizadas

Autor: Carlos Proaño

Gráfico 10: El hombre y sus conocimientos para seducir mujeres



Fuente: Encuestas realizadas

Autor: Carlos Proaño

Que un hombre utilice elementos comunicacionales y psicológicos para seducir mujeres, provoca que se abra un debate relacionado con el mundo de la moral, que si bien no es objeto de esta investigación, es necesario mencionar, al menos brevemente, porque se trata de un elemento que se involucra en las prácticas de la Tribu Alfa. Según la página electrónica de ese colectivo, usar un discurso o técnicas de seducción no es inmoral, sino que al contrario, le permite al hombre conocerse a sí mismo, tomar control de su vida y empezar un reto que para todos puede ser interesante (Alfa, Tribu).

Bajo ese argumento, la presente pregunta buscó conocer la opinión del grupo que es afectado por el uso de las Artes Venusianas, es decir, las mujeres y cómo ellas perciben esta práctica. Se planteó cuatro opciones de respuesta, dos favorables a esa agrupación masculina, y dos que de alguna manera cuestionan sus métodos. Al respecto, el 81,81% de consultadas considera que un hombre que conoce y aplica determinados elementos comunicacionales y psicológicos para seducir mujeres

es interesante. Otro 14, 28% califica a un sujeto así como atractivo, mientras que un 3,89% cree que se trata de un ser perverso. En definitiva, los porcentajes son favorables al planteamiento que sostiene que no hay problemas de orden moral en lo actuado.

11.- ¿Le gustaría conocer a un seductor?

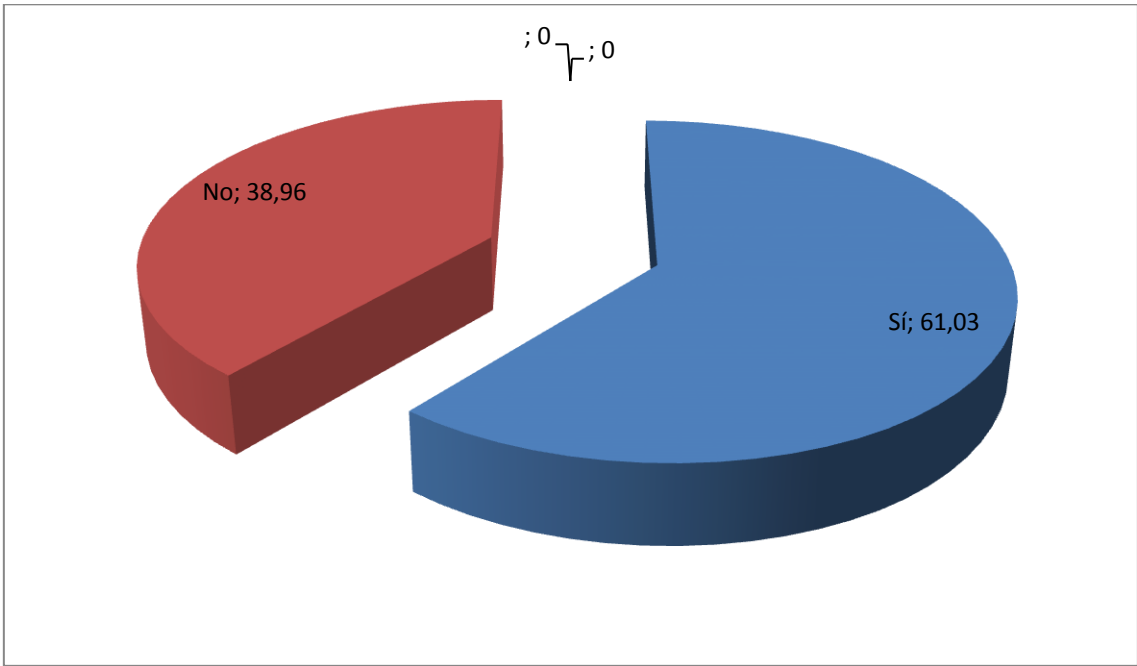
Tabla 11: Intención de las mujeres de querer conocer a un seductor

Alternativas	Porcentajes
Sí	61,03 %
No	38,96 %
TOTAL	99,99%

Fuente: Encuestas realizadas

Autor: Carlos Proaño

Gráfico 11: Intención de las mujeres de querer conocer a un seductor



Fuente: Encuestas realizadas

Autor: Carlos Proaño

Finalmente, en la página web de la Tribu Alfa se indica lo siguiente: “Muchas al ser preguntadas acerca de si les gustaría un hombre que ha aprendido a seducir responden ¡En serio donde está quiero conocerlo!” (Alfa, Tribu). En esta pregunta se busca corroborar o desmentir lo citado. Aquí, el 61,03% de mujeres responde que le gustaría conocer a un seductor, frente a un 38,96% que no les gustaría.

Este porcentaje elevado revela que las mujeres ven como algo novedoso o interesante que haya alguien que sepa seducir y por ello están dispuestas a conocerlo, esto también puede deducirse en base a las respuestas de la pregunta 10. Pero además, refleja que para los hombres se vuelve necesario ser seductores si quieren estar entre los intereses femeninos. En conclusión, si no se es seductor, habrá que aprender a serlo.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 CONCLUSIONES:

- El discurso en general y, en este caso concreto el discurso de la seducción, mantiene su vigencia como instrumento de comunicación que, al ser reclamado como exclusivo por parte de ciertos grupos, sirve para controlar directa o indirectamente la forma de pensar o actuar del resto de personas. Michel Foucault sostiene que todavía es posible encontrar grupos que se apropian del discurso porque se creen los únicos capaces y merecedores de aplicarlo. Ante todo esto, la presente investigación revela que la Tribu Alfa en su página web, se autocalifica como “un espacio exclusivo” donde el aprendizaje del discurso para seducir mujeres o Artes Venusianas “es reservado solo para aquellos que demuestran tener lo que se necesita”. Asimismo, en su página electrónica se encuentra que para ser considerado como merecedor del conocimiento, el aspirante tiene que poseer ciertas características como valentía, templanza y dedicación, pero también la predisposición de pagar económicamente por lo que se aprende. Sin embargo, al hecho que las Artes Venusianas son adoptadas como un discurso de uso exclusivo de las comunidades de seductores, se añade que son prácticamente ocultas para la mayor parte de mujeres, situación confirmada a través de los resultados obtenidos en el estudio cuantitativo. Ahí se destaca que el 96,1% de mujeres encuestadas desconoce sobre la presencia de la Tribu Alfa, mientras que el 80,45% tampoco sabe sobre la existencia de las Artes Venusianas. Es decir, el discurso de la seducción y quienes los aplican maniobran casi en secreto.
- En el discurso de la seducción a través de las Artes Venusianas, las cuales son utilizadas por la Tribu Alfa de la ciudad de Quito, se destaca que las tesis planteadas por la Escuela de Palo Alto se encuentran vigentes, pues la interacción comunicativa es constante entre los sujetos involucrados. De su lado, Teun Van Dijk sugiere poner atención en la carga ideológica que oculta un discurso, porque eso implica pretensiones de dominación. En el estudio cualitativo, los personajes consultados coinciden en que hacer de la comunicación un mecanismo de conquista es posible, siempre y cuando se descifre el comportamiento

femenino y la interacción sea atractiva y novedosa. Según Erik Von Markovik, creador de las Artes Venusianas, la clave en la seducción es la comunicación, pues a partir de este recurso se estructuran las fases de atracción, confort y finalmente la posibilidad de un acercamiento más íntimo con la mujer. Al respecto, en el estudio cuantitativo, se observa que la facilidad para comunicarse que posea un hombre, es señalada como la característica más importante al momento de sentir atracción por el 34,61% de mujeres, quienes sobreponen este indicador a otros como la apariencia física, que cuenta con el 17,30% de apoyo, el liderazgo con 15,38%, la valentía con el 6,73% o el estatus económico, que es visto como factor de atracción solo por el 1,92% de consultadas. Además, el 81,81% de ellas considera que un hombre que conoce y aplica determinados elementos comunicacionales y hasta psicológicos para seducir es interesante, lo que abre la puerta, implícitamente a que la dominación se concrete.

- Las Artes Venusianas son literalmente un manual, donde se explica, paso a paso, qué tiene que hacer el hombre para conquistar a una mujer. Dicho discurso se compone de tres partes principales. La primera, la fase de atracción, donde el hombre aprende a crear atracción social, gracias a diversas herramientas comunicativas verbales y no verbales. De acuerdo a Von Markovik, la clave está en activar los “interruptores” de atracción que poseen las mujeres, los mismos que fueron diseñados para aceptar a cualquier hombre que tenga valor para ellas. El segundo paso es generar confort. Esto es, la construcción de un estado donde la mujer se sienta cómoda junto a un hombre, pues tiene la sensación de poder compartir en confianza con él muchas cosas, porque lo cataloga como alguien muy cercano emocionalmente. El confort, así como la atracción, se da en un espacio físico, y es ahí “donde el juego en verdad se juega” porque el hombre reconoce si la mujer está cuidándose de él, o al contrario, está colaborando para que la relación fluya libremente. Finalmente, el tercer paso consiste en trasladar a la mujer de ese sitio físico y emocional de confort a otro donde se materialice en sí la seducción entendida como relación sexual.
- Que el hombre aprenda a seducir gracias a un manual y mejore sus cualidades comunicativas no es mal visto por las mujeres. De la encuesta efectuada se desprende que el 57,14% de consultadas cree que ese método es válido para ellas, pero a esto se agrega que el 74,02% afirma que efectivamente, si un hombre aprende como volverse atractivo, establece interacciones comunicativas apropiadas y logra que una mujer se sienta cómoda a su lado, podría incluso, a corto o largo plazo entablar una relación sentimental que incluya

acercamientos más íntimos. Finalmente, el 61,03% de mujeres responde que le gustaría conocer a un seductor.

- Otra de las metas en esta investigación, fue identificar cuáles son aquellas características del comportamiento femenino que, según la Tribu Alfa y las Artes Venusianas, tiene que identificar un hombre antes de empezar la interacción comunicativa. De acuerdo a los principios que guían este discurso y a los testimonios recogidos en el estudio cualitativo, existen dos factores primordiales que un individuo necesita examinar. El primero, es que la mujer selecciona a su pareja valorando el nivel de supervivencia y reproducción que le ofrece un hombre, debido a que ella posee un instinto natural, que le lleva a buscar al “macho alfa”, es decir, a aquel sujeto cuyas características sobresalen por encima de los demás individuos, lo convierten en el líder, pero sobretodo, porque garantiza protección y supervivencia para ella y sus hijos. Al respecto, de la encuesta realizada, se desprende que solo un 15,38% de mujeres ven en el liderazgo de un hombre un rasgo atractivo, mientras que el 6,73% observa en la valentía un factor determinante. En definitiva, se encuentra una contradicción al fundamento expuesto por los seductores.
- En el estudio cualitativo se destaca, como segundo punto a examinar, que la forma más efectiva para atraer a una mujer es mediante el manejo de sus emociones. Según los personajes consultados, cuando un hombre con su discurso activa las emociones femeninas apropiadas y las controla -ya que sabe porqué la mujer actúa de cierta forma e interpreta el mensaje implícito de sus acciones- entonces ella sentirá atracción y, por consiguiente, saldrá de un estado de indiferencia, pues su proceso de racionalización la llevará a otro más favorable para los intereses del seductor. Esta tesis es respaldada por las mismas mujeres, cuando en las encuestas, el 80,51% de ellas, afirma que prefería que los hombres supieran valorarlas y comprenderlas a partir de sus emociones.
- Un nuevo objetivo fue conocer porqué el discurso utilizado por la Tribu Alfa, es decir, las Artes Venusianas, es considerado como efectivo para seducir mujeres, tal como lo afirman quienes lo aplican. La respuesta surge a partir de dos consideraciones. Por una parte, los personajes entrevistados dicen que la clave radica en el componente comunicacional, pues se trata de un discurso que llama la atención de las mujeres por ser novedoso, entretenido, que genera espacios de comunicación en donde participan todos los elementos verbales y no verbales en un sistema de retroalimentación, pero, además, porque ayuda a crear momentos de confianza que generalmente desembocan en una relación de pareja o

encuentros sexuales. Ante esto, como se indicó anteriormente, el 74,02% de mujeres afirma que si un hombre establece interacciones comunicativas apropiadas podría a corto o largo plazo establecer una relación sentimental que incluya acercamientos más íntimos. Esta respuesta contrasta frente a un 25,97% que no cree esto posible.

- El segundo argumento para explicar la supuesta efectividad de este discurso, es porque según los gurús consultados, Erik Von Markovik y Mario Luna, luego de años de experimentaciones llegaron a la conclusión que las mujeres actúan siempre de la misma manera, por tanto, son previsibles y el manual sirve para todas. Esta explicación no cuenta con ningún dato estadístico que la valide. Aunque, por otra parte, de acuerdo al líder de la Tribu Alfa, Santiago Jarrín, el éxito del método se comprueba cuando un hombre se atreve a aplicar el discurso de la seducción a pesar que considere las técnicas como demasiado atrevidas o arriesgadas. Además aclara que ciertas técnicas en el Ecuador se modificaron para adaptarlas a las características culturales ecuatorianas. Sin embargo, a pesar de estas acotaciones, lo cierto es que este argumento carece de sustento científico y, en definitiva, la efectividad queda encerrada en el plano de la subjetividad.

4.2 RECOMENDACIONES:

- Reconocer que el discurso se encuentra presente en cualquier aspecto del convivir social. Esto ayuda a reflexionar sobre el papel que juegan los actores involucrados en la comunicación, para exigir respeto y claridad en los objetivos que persiguen al transmitir un mensaje.
- Analizar de forma crítica un discurso es fundamental para reconocer cómo y de qué manera quienes poseen poder en cualquier ámbito, influyen en públicos específicos, y por tanto, logran que estos últimos actúen y se comporten de determinada manera. En la presente investigación, se demostró que un grupo que pasa desapercibido para la mayoría de personas, como la Tribu Alfa, aplica un mecanismo comunicativo conocido y profundizado solo por sus integrantes, pero que afecta a todo el género femenino.
- Las Artes Venusianas, deben apartarse del sentido de exclusividad para un grupo determinado. Al contrario, su análisis tiene que ser efectuado por hombres y mujeres, pues las ideas que ahí se explican, ayudan a aclarar varios aspectos del comportamiento femenino que, por desconocerse, provocan malas interpretaciones u omisiones dentro de la interacción comunicativa entre ambos géneros. Además, el conocimiento ayudaría a contrastar los principios culturales que imponen modelos mentales sobre las relaciones de pareja.
- No debe entenderse a la seducción como el hecho de convencer a alguien a hacer o pensar de determinada manera, sino más bien como un proceso, tal como lo afirma Jean Baudrillard, que implica seducir y ser seducido, alejándose del simple placer sexual.
- Como lo expresa la mayoría de mujeres encuestadas y los especialistas en las Artes Venusianas consultados, el hecho que un hombre aprenda a seducir con un manual no debe considerarse como un acto inmoral, sino que, al contrario, tiene que ser entendido como la posibilidad de un hombre para vislumbrar cómo funcionan las mujeres, con el fin de desarrollar un propio método de conquista, algo que la mayoría de hombres ignora y de

alguna manera, provoca que las relaciones de pareja sean llevadas de forma inadecuada en determinados casos.

- Las Artes Venusianas como manual de seducción, tienen que ser entendidas solo como un referente, pues por razones culturales, lo que funciona en Estados Unidos o España no necesariamente es aplicable en nuestro contexto.

BIBLIOGRAFÍA

1. BAUDRILLARD, Jean. (1981). De la seducción. Madrid: Cátedra. 172 p.
2. BOURDIEU, Pierre. (2000). La dominación masculina. Barcelona: Anagrama. 168 p.
3. CALSAMIGLIA, BLANCAFORT, Helena. (1999). Las cosas del decir. Barcelona: Ariel. 391 p.
4. DEANGELO, David. (2000). Dobla tus citas. Madrid: Todo seducción. 256 p.
5. FOUCAULT, Michel. (1992). El orden del discurso. Buenos Aires: Tusquets. 50 p.
6. GUBERN, Román. (2000). El eros electrónico. Madrid: Grupo Santillana. 225 p.
7. IGARZA, Roberto. (2009). Burbujas de ocio. Buenos Aires: La Crujía. 128 p.
8. LENIN, Vladímir, Ilich. (1975) Carlos Marx. Pekín: Ediciones en lenguas extranjeras. 154 p.
9. LUNA, Mario. (2007). Sex code: el manual práctico de los maestros de la seducción. Madrid: Nowtilus. 385 p.
10. MATTELART, Armand, MATTELART, Michèle. (1997). Historia de las teorías de la comunicación. Barcelona: Paidós. 139 p.
11. PISCITELLI, Alejandro. (2000). Ciberculturas 2.0. México: Paidós. 285 p.
12. PRIETO, CASTILLO, Daniel. (1998). Análisis de mensajes. Quito: CIESPAL. 206 p.
13. VAN, DIJK, Teun, A. (1999). El análisis crítico del discurso. Barcelona: Anthropos. 55 p.
14. VON, MARKOVIK, Erik. (2000) Artes Venusianas. Madrid: Todo seducción. 222 p.
15. WATZLAWICK, Paul; HELMICK, BEAVIN, Janet; JACKSON, Don, D. (1985). Teoría de la comunicación humana. Barcelona: Herder. 253 p.

BIBLIOGRAFÍA EN INTERNET

1. BADINTER, Elisabeth. Citada en DEBATE FEMINISTA. La identidad masculina. [en línea] [citado 24 enero 2013]. Disponible en: <http://www.debatefeminista.com/PDF/Articulos/laiden1212.pdf>

2. BADINTER, Elisabeth. XY La identidad masculina. [en línea] [citado 24 enero 2013].. Disponible en: http://www.opuslibros.org/Index_libros/Recensiones_1/badinter_xy.htm
3. BADINTER, Elisabeth. XY La identidad masculina. [en línea] [citado 9 febrero 2013]. Disponible en: <http://ensayosgratis.com/imprimir/Rese%C3%B1a-XY-La-Identidad-Masculina/2769.html>
4. COMUNICOLOGOS. WISZNIACKI, Mariano. Wiener: comunicación y feedback. [en línea] [citado 3 diciembre 2012]. Disponible en: <http://comunicologosblog.blogspot.com/2009/08/wiener-comunicacion-y-feedback.html>
5. DEL BASS, David. Maestros de la seducción, Mistery (Erik von Markovik). [en línea] [citado 17 enero 2013]. Disponible en: <http://daviddelbass.blogspot.com/2012/10/maestros-de-la-seducion-mystery-erik.html>
6. DICCIONARIO DE LA REAL ACADEMIA DE LA LENGUA. [en línea] [citado 6 diciembre 2012]. Disponible en: <http://www.rae.es/rae.html>
7. EL GRANERO COMUN. La técnica y el ocio. [en línea] [citado 8 enero 2013]. Disponible en: <http://elgranerocomun.net/La-Tecnica-y-el-Ocio.html>
8. EMPLEOS. El ocio puede aumentar la productividad laboral. [en línea] [citado 26 diciembre 2012]. Disponible en: <http://articulos.empleos.clarin.com/el-ocio-puede-aumentar-la-productividad-laboral/>
9. LOPEZ GOMEZ, Alejandra, GÜIDA Carlos. Aportes de los estudios de género en la conceptualización sobre masculinidad. [en línea] [citado 10 febrero 2013].. Disponible en: https://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:BVPCKswaoIAJ:www.inau.gub.uy/biblioteca/sexu4.doc+&hl=es&gl=ec&pid=bl&srcid=ADGEEShAoImDDeYo8XPYw9IDFCCIL9gtMd60S8X1Gnjm8XCiSOPTxidskS8OML2OV_N5GOFxfmahvqYGIV2XzX8WjUKWXBiAzuY99LSKyZR_fDiDc_IZe36Hmw4kZNVpVPGa7L7W9zLf&sig=AHIEtbTleFSwgU8I2YNH89mOHXjhhx00-Q
10. LUNA, Mario. Seducción de Mario Luna – ARUcitys. [en línea] [citado 29 marzo 2013]. Disponible en: http://www.youtube.com/watch?v=_wdZDuQWml8
11. LUNA, Mario. Seducción científica. [en línea] [citado 29 marzo 2013]. Disponible en: <http://www.youtube.com/watch?v=VPzMWsv3Dtw>
12. LUNA, Mario. Conquistar a una mujer con el método SC. 2012. [en línea] [citado 29 marzo 2013]. Disponible en: <http://www.youtube.com/watch?v=oQhCCoXk4N8>
13. MIGUEL CARBONELL.COM. Informe global sobre desigualdad de género 2012. [en línea] [citado 24 enero 2013]. Disponible en: http://www.miguelcarbonell.com/docencia/Informe_Global_sobre_Desigualdad_de_G_nero_2012.shtml
14. PACHECO, AVILES, Raquel. La retórica como instrumento de dominación, una breve historia. [en línea] [citado 6 diciembre 2012]. Disponible en: http://www.politicas.unam.mx/razoncinica/Raquel_Pacheco_Aviles_La_ret%C3%B3rica_como_instrumento_de_dominaci%C3%B3n,_una_breve_historia.html
15. TRIBU ALFA. [en línea] [citado 4 diciembre 2012]. Disponible en: <http://www.tribualfa.com/index2.html>

16. VAN, DIJK, Teun. Apud UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA. Discurso y dominación: 25 años de análisis crítico del discurso. [en línea] [citado 6 diciembre 2012]. Disponible en: http://www.bajofuego.org.ar/textos/Discurso_y_dominacion.pdf
17. VASQUEZ, OLCÉSE César. Psicoterapia Gestal. [en línea] [citado 5 diciembre 2012]. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos13/enfogest/enfogest.shtml>
18. VON, MARKOVIK, Erik. Taller de seducción de Mystery (Parte 1). [en línea] [citado 29 marzo 2013]. Disponible en: <http://www.youtube.com/watch?v=pMy64eoWq3c>
19. VON, MARKOVIK, Erik. Taller de seducción de Mystery (Parte 2). [en línea] [citado 29 marzo 2013]. Disponible en: http://www.youtube.com/watch?v=TTuZcqn_Q1k
20. VON, MARKOVIK, Erik. Taller de seducción de Mystery (Parte 3). [en línea] [citado 29 marzo 2013]. Disponible en: <http://www.youtube.com/watch?v=NA2HaARUNZ0>
21. VON, MARKOVIK, Erik. Taller de
22. seducción de Mystery (Parte 4). [en línea] [citado 29 marzo 2013]. Disponible en: <http://www.youtube.com/watch?v=gmPKkNmQCMo>
23. WATZLAWICK, Paul. Apud RIZO, Marta. El interaccionismo simbólico y la Escuela de Palo Alto. [en línea] [citado 3 diciembre 2012]. Disponible en: <http://www.portalcomunicacio.com/download/17.pdf> p.14 - 15

ANEXOS

ANEXO A: FORMATO DE ENTREVISTA

1.- Usted es considerado dentro de la comunidad de seductores como un referente importante. Con esa autoridad, explíquenos: ¿Qué son las Artes Venusianas y cómo entiende usted la seducción femenina?

2.- Según quienes aplican la seducción femenina, ésta es una ciencia que favorece la interacción comunicativa entre un hombre y una mujer. Al respecto, ¿qué tipo de estudios o antecedentes teóricos fundamentan las tesis de las Artes Venusianas y cómo intervienen en la construcción de su discurso?

3.- A su criterio, como entendido en el comportamiento femenino, ¿en qué momento, durante la interacción comunicativa con una mujer, resulta apropiada la aplicación del discurso de las Artes Venusianas?

4.- De acuerdo con las Artes Venusianas, hombres y mujeres expresan su interés hacia el género opuesto de manera distinta. ¿Cuáles son esas formas de comunicación y para qué sirve identificarlas dentro del proceso de la seducción?

5.- Para usted, ¿qué aspectos toman en cuenta las mujeres al momento de elegir a un hombre como opción sentimental?

6.- Una vez que se identifican las expectativas sentimentales femeninas, ¿cuál es el elemento principal que el hombre debe dominar para seducir a una mujer?

7.- Detalle los pasos, que según las Artes Venusianas, son fundamentales para seducir a una mujer

8.- En base a su experiencia, ¿qué efectividad tienen las Artes Venusianas y cómo se la comprueba?

9.- Al ser las Artes Venusianas un discurso elaborado a manera de guía o manual que puede ser usado por cualquier hombre, ¿qué características femeninas permiten sostener que un mismo método de seducción puede aplicarse a todas las mujeres y cuáles son las evidencias? ¿Sería bueno que las mujeres sepan que existe la Tribu Alfa?

ANEXO B: FORMATO DE ENCUESTA

UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

ENCUESTA SOBRE LA TRIBU ALFA Y LAS ARTES VENUSIANAS

Esta encuesta es un instrumento preparado para obtener información acerca del conocimiento que usted posee sobre la existencia de la Tribu Alfa y su discurso de seducción femenina o Artes Venusianas, temas que corresponden a una investigación de grado. Por favor, marque con una X la respuesta que considere pertinente. Agradezco de antemano su gentil colaboración.

1.- ¿Conoce si en la ciudad de Quito existe una agrupación denominada Tribu Alfa?

Sí No No sabe No responde

2.- ¿Ha escuchado acerca de un discurso de seducción femenina llamado las Artes Venusianas?

Sí No No sabe No responde

3.- ¿Cree que un hombre pueda aprender a seducir mujeres a partir de un discurso preconcebido o un manual?

Sí No No sabe No responde

4.- ¿Cuáles son las características masculinas que atraen a una mujer?

a) Valentía b) Liderazgo c) Facilidad para comunicarse d) Apariencia física

e) Estatus económico Todas las anteriores Ninguna No responde

Otras

5.- ¿Cuál es el aspecto personal más importante que las mujeres preferirían que sea comprendido y valorado por los hombres?

a) Sus emociones b) Su apariencia física Otro

6.- Si un hombre supiera entender y estimular las emociones femeninas, ¿tendría más posibilidades de ser aceptado como pareja sentimental?

Sí No

7.- ¿Quién debe atraer a quién?

a) El hombre a la mujer b) La mujer al hombre

8.- Si un hombre aprende como volverse atractivo, establece interacciones comunicativas apropiadas y logra que una mujer se sienta cómoda a su lado, ¿podría a corto o largo plazo entablar una relación sentimental que incluya acercamientos más íntimos?

Sí No

9.- ¿Cree que es importante que un hombre aprenda a ser seductor?

Sí No

10.- ¿Cómo calificaría a un hombre que conoce y aplica determinados elementos comunicacionales y psicológicos para seducir mujeres?

a) Interesante b) Atractivo c) Perverso d) Inmoral

11.- ¿Le gustaría conocer a un seductor?

Sí No

MUCHAS GRACIAS

ANEXO C: ENLACES DE INTERNET

Taller de seducción femenina de Erik Von Markovik

Taller de seducción de Mystery (Parte 1)

Disponible en: <http://www.youtube.com/watch?v=pMy64eoWq3c>

Taller de seducción de Mystery (Parte 2).

Disponible en: http://www.youtube.com/watch?v=TTuZcqn_Q1k

Taller de seducción de Mystery (Parte 3).

Disponible en: <http://www.youtube.com/watch?v=NA2HaARUNZ0>

Taller de seducción de Mystery (Parte 4).

Disponible en: <http://www.youtube.com/watch?v=gmPKkNmQCMo>

Taller de seducción femenina de Mario Luna

Conquistar a una mujer con el método SC. 2012.

Disponible en: <http://www.youtube.com/watch?v=oQhCCoXk4N8>

Entrevista en audio al líder de la Tribu Alfa, Santiago Jarrín

http://www.ivoox.com/entrevista-a-santiago-jarrin-audios-mp3_rf_1949649_1.html

ANEXO D: EJEMPLO DE RUTINA PARA ATRAER MUJERES

Tomado de las Artes Venusianas

Autor: Erik Von Markovik

El Juego del Teléfono

[Del salón de Mystery .- Artículo original de Lovedrop sobre juego del teléfono]

Si entras al campo y practicas tu juego, comenzarás a acumular números de teléfono. Llega un punto en el que el Aven se pregunta ¿qué hago yo con estos números de teléfono?. ¿Cómo hago para convertirlos en citas?.

A menudo sucede esto: el Aven ha estado en el campo por algunas semanas o meses y finalmente consigue un número que para él tiene cierta importancia. Quizá el Set era realmente bueno o la chica era especialmente caliente o ella no lo ha dejado en un buen rato. Por cualquier razón, él desea jugarlo correctamente de modo que él consiga a esta chica. Puede ser que incluso él postee en un foro on-line o llame a un amigo del juego para preguntar: "¿Qué hago con este número?. ¿Cómo consigo a esta muchacha? El no debe desear follar. No debe parecer necesitado.

No puedes dejar que un número llegue a ser importante para ti, de la misma manera que no puedes dejar que el cortejo te llegue a importar. Abrir Sets y llamar a los números de teléfono que consigas, son actividades que debes realizar repetidamente para coger práctica.

Cuando estoy entrando a mi sexto Set de la noche, y yo sé que habrá más Sets esta noche (y mañana por la noche, etc.), me da igual cuál pueda ser el resultado. En su lugar, puedo centrarme en el proceso y en el juego en sí. Puedo practicar mi habilidad mientras que simultáneamente me muestro natural, cómodo con el aspecto de "no me preocupa si voy a follar". Irónicamente, esto da lugar a una mayor tasa de éxito.

MYSTERY

Lo mismo es cierto para tus llamadas de teléfono que para tus citas (puentes temporales). Tienes que hacer muchos de ellos, o tu habilidad nunca mejorará. No puedes tomarte ninguna llamada o cita completamente en serio. Debes llegar a esto por la práctica. Disfruta del proceso. Fracasando también se aprende.

Aquí van algunas ideas para practicar el juego con el teléfono:

- Cualquier persona que ha realizado un "programa en vivo" sabe que no debe irse de un Set inmediatamente después de haber conseguido un número de teléfono. Permanece alrededor y habla durante algunos minutos más. Juega con el marco de otros chicos que hayan conseguido el número de teléfono de esa chica antes que tú.
- No hagas del número de teléfono tu único objetivo. El objetivo es el puente temporal, es decir, conseguir una nueva cita. Puedes discutir sobre ir a un "sushi", o quizá a una exposición de arte. Lo que sea. El objetivo es que parezca que conseguir su número de teléfono es algo incidental, no una meta. Cuando abordes un Set practica tus "puentes temporales" y consigue una colección de números de teléfono de esta manera.

- No asumas que cada llamada debe llevarte a concertar una cita. ¿Es así como acostumbras utilizar el teléfono cuando hablas con tus amigos?
- Llámala pronto, poco después de haber conseguido el número (esa misma noche), pero habla sólo unos pocos minutos. Después despídete y cuelga.
- Llámala al día siguiente o a los dos días, habla poco tiempo y vuelve a despedirte rápidamente. De esta manera pareces no-necesitado y además la estás condicionando a aceptarte como parte normal de su vida. No como un chico del bar, no como una fantasía de discoteca de la noche del sábado pasado, sino como una persona real que forma parte normal de su vida.
- Llámala cuando estés en alguna parte divirtiéndote, como si estuvieras hablando con tu mejor amigo, y habla lo justo para invitarla a que vaya a donde tu te encuentras, y cuelga inmediatamente. De todas formas, si ella va o no, estás teniendo un buen rato sin ella y ella lo sabe
- El tiempo en el teléfono cuenta para llegar a la zona de confort (unas siete horas). Puedes utilizarlo para construir confort, llegando a ser una persona agradablemente habladora, practica. Solamente hablando por teléfono te dará la práctica necesaria para calibrar cuanto tiempo debes permanecer en el teléfono.
- Si hablas con ella según lo descrito arriba, ella probablemente comenzará a hacer alusión a una reunión. Especialmente si tu hablas de tus amigos y de las actividades divertidas que experimentas en tu vida

cotidiana. Es también perfectamente razonable tirarse un farol y ver si ella muerde. Que ella no piense que la necesitas como parte de tu vida. Tú posees una vida divertida y completamente satisfactoria, con o sin ella. Tú puedes conseguir a otra, si no la consigues a ella. Esta actitud debe ser expresada de manera subliminal, de forma no verbal. Nunca debes comunicárselo de forma explícita.

- Incluso si una chica no ha aceptado tu oferta para quedar (o prefiere hacerlo a su manera), esto no supone ninguna gran pena para ti, ya que en el momento en el que cuelgue, puedes llamar a cinco, diez o veinte chicas y practicar con ellas el mismo juego del teléfono. Éste es el asunto más importante. Cuando llamas por teléfono y estás preocupado por follar, entonces todo va a ir mal. Tú regularmente vas a quedar fuera de juego. Puedes conseguir números de teléfono y llamar a ellos regularmente. No te preocuparás de un número concreto, si sabes que todavía tienes otros 5 ó 10 números a los que llamar. Esto lo hace la práctica y la carencia de necesidad será evidente en tu voz.

Cuelgues

Siempre va a haber algún porcentaje de Cuelgues. Las chicas tienden a ser criaturas que fallan. No sólo fallan contigo, sino fallan con sus amigos y familia, y a menudo fallan con ellas mismas.

- Simplemente síguelas llamando. Ponlas en el ciclo. Hay un componente aleatorio en el juego. A veces alguna chica a la que de verdad le gustaste no va a responder tus llamadas. A veces una chica que no era tan sólida de repente esta lista para seguir. Nunca se sabe! Así que mantenlas en el ciclo y continúa practicando. Nunca tomes un número seriamente.

- A medida que mejore tu juego, tu porcentaje de fallas disminuirá. Así que mantente trabajando en valor, atracción, calificación, confort, etc. Sigue trabajando en condicionar a las chicas a que te persigan y que se vean envueltas en la interacción. A medida que vaya mejorando tu juego, vas a tener que lidiar con menos fallas.

- A menudo ni siquiera puedes hablar con la chica por teléfono. Gran problema. Tal vez es remordimiento de comprador. Tal vez sus amigos la convencieron de que no te debería seguir viendo. Tal vez murió su abuela. Déjale un mensaje y llama a la siguiente chica. Sal a practicar esta noche. Este es un estilo de vida.